

**LAURA HULT**

**MAAILMA MONSANTON MUKAAN:  
MAINEENHALLINTA JA PR-TOIMINTA RETORISENA  
MÄÄRITELMÄKAMPPAILUNA**

Tampereen yliopisto  
Politiikan tutkimuksen laitos  
Kansainvälinen politiikka  
Pro gradu-tutkielma  
Lokakuu 2010

## TIIVISTELMÄ

Pro gradu -tutkielmassani tarkastelen yritysten maineenhallintaan tähtäväää PR-toimintaa retorisena määritelmäkamppailuna. Väitän, että yrityksellä on mahdollisuus vaikuttaa PR-toimintansa kautta yhteiskunnallisiin tietokäsityksiin ja -rakennelmiin tarjoamalla erilaisia käsityksiä totuudesta sekä määrittelemällä yhteiskunnassa vallitsevia arvoja ja normeja sekä toimintaansa liittyviä syy-seuraussuhteita. Yritykset voivat vastaavan retorisen käsitteenmäärittelyn myötä vaikuttaa siihen, millaiseksi kansainvälisen järjestelmän toimintakulttuuri muodostuu: vaikuttamalla yhteisesti jaettuun tietoon ne voivat vahvistaa tai määrittää uudelleen kansainvälisessä järjestelmässä vakiintuneita valtarakenteita. Koska yritystoiminnan vaikutusta muihin toimijoihin on tutkittu suhteellisen vähän, täydentää yritysten viestintäkeinojen, -tavoitteiden ja -tarpeiden kartoittaminen yritysten vallankäytön tutkimusta.

Tapaustutkimukseni kohteena on yhdysvaltalainen bioteknologia-alan yritys Monsanto, joka maailman suurimpana geenimuunneltujen viljelykasvien kehittäjänä kiinnittyy keskusteluun globaalin elintarviketuotannon tulevaisuudesta. Tarkastellessani PR-toimintaan sisältyvää yhteiskunnallista vallankäyttöä ja retorisia käytänteitä hyödynnän analyysin kehyksenä yhteiskuntavastuun käsitettä. Tämä tarkoittaa sen analysointia, kuinka ajatus yhteiskuntavastuusta käsitetään ja mitä teemoja termin piiriin sisällytetään. Yrityksen yhteiskunta- tai toimintavastuusta käydyssä keskustelussa osapuolet määrittävät, vahvistavat ja uusintavat yhteiskunnallisia arvoja ja normeja sekä käsityksiä siitä, mikä on yrityksen rooli yhteiskunnassa.

Monsanton tarve yleisönsä puhutteluun lähtee tutkimuksessani retorisen kamppailun asetelmasta, joka syntyy nostamalla yrityksen PR-materiaalin rinnalle sen toimintaa voimakkaasti kritisoiva dokumentti ”The World According to Monsanto”. Tutkimus asettuu siis dokumentin esittämän kritiikin ja sitä vastaavan Monsanto reaktion luomaan kehykseen. Tähän retoriseen kamppailuun sisältyvät yrityksen ja dokumentin määritelmät siitä, mitä pidetään totuutena tai todellisena tietona. Työn metateoreettinen pohja yhdisteleekin sekä sosiaalisen konstruktivismiin että poststrukturalismin suuntaviivoja. Tutkimukseni metodologisena viitekehyksenä hyödynnän retoriikkaa, jonka avulla pyrin erittelemään aineistooni sisältyviä retorisen vaikuttamisen keinoja.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että Monsanto vaikuttaa aktiivisesti yhteiskunnallisten käsitteiden määrittelyyn yksilön perusoikeuksien kuvaamisesta aina järjestelmätason poliittiseen toimintaan saakka määrittämällä eri osapuolten toimintamahdollisuuksia ja keskinäisiä suhteita. Vaikka Monsanto ei itse pyri esiintymään yhteiskunnallisena vallankäyttäjänä, sen retoriikka viestii vahvasti yrityksen tavoitteista vallitsevien olosuhteiden muuttamiseen. Vetoamalla yksilöihin ja valtiotoimijoihin yritys pyrkii vaikuttamaan käsityksiin yhteiskunnalliseen toimintaan sisältyvistä arvoista, normeista ja periaatteista. Monsanto myös osallistuu sen määrittämiseen, mikä käsitetään tietona, ja kenellä tätä tietoa on oikeus ja mahdollisuus tuottaa ja hallita.

Tutkimus täydentää monikansallisten yritysten roolin ja vaikutusvallan määrittymistä osana kansainvälistä politiikkaa. Se tuo esiin niitä keinoja ja toimintamahdollisuuksia, joiden avulla yritykset kykenevät vaikuttamaan muihin toimijoihin ja kansainvälisen järjestelmän rakenteeseen. Yritysten toimintaa ei tule rajata vain valtioiden välisen yhteisön määrittämiin puitteisiin, sillä monikansallisten yritysten mahdollisuus puhutella kaikkia kansainvälisessä järjestelmässä osallisena olevia toimijoita, eli valtioiden lisäksi myös yksilöitä ja yksilöiden muodostamia yhteisöjä, on keskeinen näkökulma tarkasteltaessa toimijoiden välisiä valtasuhteita.

Asiasanat: PR-toiminta, maineenhallinta, retoriikka, yhteiskuntavastuu, monikansalliset yritykset, Monsanto

# SISÄLLYS

<b>1. JOHDANTO.....</b>	<b>1</b>
1.1. TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT .....	1
1.2. YHTEISKUNTAVASTUU-KÄSITTEEN NOUSU YRITYSTEN AGENDALLE .....	4
1.3. YRITYS RETORISENA TOIMIJANA .....	6
1.4. TAPAUS MONSANTO .....	8
<b>2. TUTKIMUKSEN ONTOLOGISET JA EPISTEMOLOGISET LÄHTÖKOHDAT .....</b>	<b>12</b>
<b>3. MONIKANSALLISET YRITYKSET OSANA KANSAINVÄLISEN POLITIIKAN RAKENNETTA .....</b>	<b>16</b>
3.1. MONIKANSALLISEN YRITYKSEN MÄÄRITELMÄ JA MERKITYS KANSAINVÄLISEN POLITIIKAN TUTKIMUSKOhteena .....	16
3.2. YRITYSTEN SUHDE VALTIOIHIN JA YKSILÖIHIN KANSAINVÄLISESSÄ YHTEISÖSSÄ: BUZANIN KOLMIJAKO.....	18
3.3. POLIITTISESTA JA TALOUDELLISESTA VALLASTA RAKENTEELLISEEN VALLANKÄYTTÖÖN: KANSAINVÄLINEN POLIITTINEN TALOUS .....	21
3.4. YKSILÖLLISTEN KÄSITYSTEN SUHDE KANSAINVÄLISEN POLITIIKAN RAKENTEeseen: ALEXANDER WENDTIN KONSTRUKTIVISMI .....	23
3.5. MONIKANSALLISTEN YRITYSTEN VAIKUTUSVALLAN ILMENTYMIÄ .....	25
3.6. RAJOITTAVATKO MONIKANSALLISET YRITYKSET VALTIOLLISTA SUVERENITEETTIA? .....	28
3.7. MONIKANSALLINEN YRITYS – AMERIKKALAINEN MYYYTTI? .....	30
3.8. VALTION SISÄISTEN RAKENTEIDEN MERKITYS GLOBAALIEN SUURYRITYSTEN TOIMINNASSA .....	33
<b>4. MAINEENHALLINTA YHTEISKUNTAVASTUUN MOTIIVINA.....</b>	<b>35</b>
4.1. SIDOSRYHMÄ- JA YHTEISKUNTAVASTUUAJATTELUN FILOSOFINEN TAUSTA .....	35
4.2. MAINE YHTEISKUNTAVASTUULLISEN TOIMINNAN KANNUSTIMENA .....	38
4.3. PR-TOIMINNAN ROOLI SIDOSRYHMIEN PUHUTTELUSSA .....	41
<b>5. PR-TOIMINTA RETORIIKKANA.....</b>	<b>45</b>
5.1. LÄHTÖKOHDAT .....	45
5.2. IDENTIFIKAATIO JA SUOSTUTTELU OSANA RETORISTA KAMPPAILUA.....	48
5.3. METODIN SOVELTAMINEN TUTKIMUKSEEN.....	50
5.4. YRITYS RETORISENA TOIMIJANA .....	52

## **6. MONSANTON MAINEENHALLINTA: RETORINEN KAMPPAILU**

### **YHTEISKUNNALLISTEN TOTUUKSIEN MUODOSTAMISESTA..... 56**

#### **6.1. MONSANTON YHTEISKUNNALLINEN ROOLI JA ASEMA POLIITTISENA VALLANKÄYTTÄJÄNÄ..... 56**

*6.1.1. Uhkakuvien luominen ja korostaminen markkinoiden avaamiseksi..... 56*

*6.1.2. Yhteiskunnallisten vaikutusten valikointi globaalin hyvinvoinnin korostamisessa ..... 60*

*6.1.3. Perusoikeuksien määrittely vallankäytön perusteena ..... 66*

*6.1.4. Poliittisten pelkojen hyödyntäminen retorisena keinona..... 71*

*6.1.5. Patenttioikeudet rakenteellisen vallankäytön välineenä..... 73*

#### **6.2. TIETO, VALHE JA TOTUUS RETORISEN KAMPPAILUN KESKEISINÄ KÄSITTEINÄ..... 78**

*6.2.1. Dokumentin esittämät määritelmät Monsanto toiminnasta ..... 78*

*6.2.2. Kamppailu totuudesta: Osapuolten määrittely ja periaatteiden korostaminen retorisenä vakuutteluna..... 80*

*6.2.3. Yhteiskuntavastuuretoriikka maineenhallintana ..... 85*

*6.2.4. Saatavilla olevan tiedon rajaaminen rakenteellisena vallankäyttönä..... 89*

#### **6.3. RETORIIKAN KORPORAATIOMARKKINAT YLEISÖN SUOSTUTTELUNA ..... 94**

*6.3.1. Erottautuminen yhteistyöretoriikan avulla ..... 94*

*6.3.2. Hyväntekeväisyys PR-keinona ja vaikutuskanavana ..... 96*

*6.3.3. Ihmisoikeuksien tuotteistaminen.....100*

## **7. LOPUKSI.....105**

## **8. LÄHTEET .....111**

PRIMÄÄRIAINEISTO.....111

TUTKIMUSKIRJALLISUUS.....114

MUU MATERIAALI.....118

# 1. JOHDANTO

## 1.1. TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT

Jos he hallitsevat siemeniä, he hallitsevat elintarvikkeita. He ovat tietoisia siitä, se on strategista. Se on tehokkaampaa kuin pommit, se on tehokkaampaa kuin aseet – se on paras keino hallita maailman väestöä.<sup>1</sup> (Vandana Shiva, *The World According to Monsanto.*)

Intialaisen tutkijan ja ympäristöaktivistin Vandana Shivan käsitys yhdysvaltalaisen suuryritys Monsanto merkityksestä globaalina elintarviketuottajana tuo keskeisellä tavalla esiin sen, miksi yritysten asema rakenteellisen vallan käyttäjinä on merkittävä kansainvälispoliittisen tutkimuksen kohde. Kuten Shiva asian ilmaisee, yritykset pitävät hallussaan merkittävää osaa valtioiden toiminnan ja turvallisuuden kannalta tärkeistä resursseista sekä ulottavat toimivaltansa alueille, joita on kansainvälisessä politiikassa perinteisesti pidetty valtioille kuuluvina.

Kansainvälisen politiikan tutkimus jättää usein ei-valtiolliset toimijat sivurooliin korostaessaan valtioiden välisen järjestelmän etusijaa, jolloin myös yritysten toiminta nähdään valtiojärjestelmän rajoittamana tai säätelemänä. Tässä työssä nousevat esiin – valtalinjasta poiketen – monikansalliset suuryritykset: tarkoitus ei ole ylikorostaa ei-valtiollisten toimijoiden merkitystä suhteessa valtiotoimijoihin, vaan painottaa, että myös monikansallisten yritysten merkitys ylikansallisina ja markkinaorientoituneina vaikuttajina on huomioitava kansainvälisen politiikan osatekijänä. Yritysten toimintaintressit sitoutuvat merkittävällä tavalla valtiolliseen päätöksentekoon ja tätä kautta edelleen kansainvälisen yhteisön toimintaan. Se, mitä yritykset sanovat ja tekevät, vaikuttaa siihen, missä valossa niiden toiminta näyttäytyy muiden keskeisten toimijoiden silmissä, olivat he sitten yksilöitä tai yksilöiden muodostamia yhteisöjä.

Tämän tutkimuksen kohteena ei kuitenkaan ole yritysten suora toiminta, vaan se, kuinka yritykset itse pyrkivät määrittämään oman toimintansa ja tällä tavoin vaikuttamaan yleisöjensä käsityksiin asemastaan yhteiskunnallisina toimijoina. Myös kieli ja kielellisyys kuuluvat vallankäyttöön: yritykset pyrkivät lausunnoillaan tietoisesti vaikuttamaan yhteiskunnassa vallitsevien käsityksien muotoutumiseen ja näin suoraan yhteiskunnan toimintaan. Kyse on retorisesta vallankäytöstä, jonka avulla yritykset hakevat mahdollisimman suotuista toimintaympäristöä liiketoiminnalleen. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on osoittaa, kuinka yritykset pyrkivät vaikuttamaan yhteiskunnassa ja

---

<sup>1</sup> If they control seed they control food. They know it, it's strategic. It's more powerful than bombs, it's more powerful than guns – this is the best way to control the populations of the world. [Kaikki käännökset tässä työssä ovat tekijän.]

laajemmin kansainvälisessä yhteisössä vallitsevien käsitysten, arvojen ja normien muodostumiseen esimerkiksi ihmisoikeus-, ympäristö- ja resurssikysymyksissä. Monikansallisten suuryritysten viestinnän tutkiminen on merkittävää paitsi siksi, että ne vaikuttavat suoraan poliittiseen päätöksentekoon esimerkiksi lobbaamalla kansainvälisillä ja kansallisilla areenoilla omien näkemystensä puolesta, mutta myös siksi, että ne osallistuvat yhteiskunnallisia arvoja määrittelevään keskusteluun puhuttelemalla muita toimijoita omien tiedotuskanaviensa kautta.

Tutkielmassani tarkastelen kyseisiä, erilaisille yleisöille suunnattuja viestejä. Tämän vuoksi työni keskeinen käsite on PR-toiminta<sup>2</sup>, jolla tarkoitetaan yrityksen sidosryhmiään kohtaan suuntaamaa viestintää. PR-materiaalinsa avulla yritykset osallistuvat keskusteluun siitä, mitkä ovat hyväksyttäviä toimintatapoja, eli ne määrittelevät yhteiskunnallisia normeja ja arvoja yhdessä muiden toimijoiden kanssa. Tarkoitukseni ei siis ole tarkastella suuryritysten yksityiskohtaista toimintaa kansainvälistä poliittisella areenalla, vaan niiden kielenkäyttöä – teemoja, joihin yritykset vetoavat puhutellessaan kuluttajia ja ympäröivää yhteiskuntaa. Viestiminen on samalla vallankäyttöä, sillä yritys pyrkii PR-materiaalissaan huolellisesti rakentamallaan retorisisilla viesteillä vaikuttamaan ympäristönsä käsityksiin. Samalla yrityksen käyttämä kieli heijastaa sitä, mitä teemoja kullakin hetkellä pidetään yhteiskunnassa tärkeinä ja arvokkaina. Tässä yhteydessä on kuitenkin korostettava, että tutkimukseen kohteena ei ole mainontaa, vaan yrityksen toiminnan kannalta keskeisille sidosryhmille suunnatut viestit ja niiden sisältö: PR-toiminnan ja mainonnan väliseen eroon tulen tarkemmin luvussa 4.3.

Työni tarkoitus on siis analysoida, *millä tavoin yritys pyrkii puhuttelemaan muita toimijoita ja vaikuttamaan yhteiskunnan toiminnan kannalta keskeisten käsitysten rakentumiseen*. Vaikka yritys ei itse suoraan toisi yhteiskunnallisia toimintaintressejään esiin, lähtökohtaisesti oletan yrityksen käyttävän ja pyrkivän käyttämään yhteiskunnallista valtaa ja samalla vahvistamaan asemaansa yhteiskunnallisena toimijana. Tutkimukseni on tapaustutkimus, jonka kohteena on ensimmäisen sivun esimerkistä tuttu Monsanto. Tämän monikansallisen yrityksen tarve yleisönsä puhutteluun lähtee tässä tutkimuksessa retorisen kamppailun<sup>3</sup> asetelmasta: kyseinen jännite syntyy, kun yrityksen PR-materiaalin rinnalle nostetaan Marie-Monique Robinin ohjaama dokumentti ”The World According to Monsanto”<sup>4</sup>. Dokumentti ottaa voimakkaasti kantaa Monsanto toimintaan päästämällä ääneen useita yrityksen toimintatapoja vastustavia kansalaisia, tutkijoita ja kansalaisjärjestöjen edustajia. Samalla

---

<sup>2</sup> PR-toiminta juontuu sanasta *Public Relations*, joka suomennetaan usein PR-toiminnan lisäksi suhdetoiminnaksi tai tiedottamiseksi. Käytän tässä työssäni sanaa PR-toiminta, sillä se on suhdetoimintaa ja tiedotusta kattavampi termi.

<sup>3</sup> Kenneth Burken retorisen kamppailun määritelmää käsittelemällä laajemmin luvussa 5.2.

<sup>4</sup> Alkuperäisnimeä ”Monde Selon Monsanto” kantava dokumentti on esitetty myös Suomessa nimellä ”Ulkolinja: Monsanto – outoa agribisnestä” YLE:n TV1-kanavalla 15.7.2009 ja 20.7.2009.

dokumentti pyrkii osaltaan vaikuttamaan siihen, millaisina Monsanto toiminta ja tavoitteet näyttäytyvät yleisön silmissä. Tähän retoriseen kamppailuun sisältyvät yrityksen ja dokumentin tekemät määritelmät siitä, mikä on totta, valhetta ja ”todellista tietoa”.

Teesini on, että Monsanto on tietoinen The World According to Monsanto -dokumentin esittämästä kritiikistä ja pyrkii aineistossaan vastaamaan toimintaansa kohtaan esitettyihin syytöksiin. Tutkimuksessani on siis kyse tulkinnasta, jonka mukaan yrityksen retoriikan ja dokumentin välillä on olemassa yhteys: vaikka yrityksen materiaalisia dokumentteja ei ole suoraan mainittu, väitän, että yrityksen harjoittaman retoriikan ja dokumentin välillä on kytkös. Analyysissäni tuon esiin tapoja, joiden avulla yritys pyrkii kumoamaan esitetyn kritiikin ja esiintymään yhteiskunnan hyvinvointia tukevana toimijana. Kysymys on retorisesta suostuttelusta, jonka avulla yritys pyrkii vaikuttamaan lukijan mielipiteisiin ja samalla esittämään oman käsityksensä asioiden laidasta vallitsevana ”totuutena”.

Työn metateoreettinen pohja yhdistelee sekä sosiaalisen konstruktivismin että poststrukturalismin suuntaviivoja. Tämä tarkoittaa kieleen ja kielellisyyteen sisältyvien valtarakenteiden lähempää tarkastelua ja analysointia: ottaessaan osaa yhteiskunnallisesta toiminnasta käytyyn keskusteluun yritykset kykenevät osallistumaan myös yhteiskunnallisten valtarakenteiden määrittelyyn, ylläpitoon ja horjuttamiseen. Jos maailmankuvaamme rakennetaan kielen avulla, kuten konstruktivistit ja poststrukturalistit esittävät, pyrkimykset yhteiskunnalliseen vallankäyttöön tulevat esiin myös suuryritysten PR-materiaalissa. Tutkimukseni metodologisena viitekehyksenä hyödynnän retoriikkaa, jonka avulla pyrin erittelemään aineistooni sisältyviä vaikuttamisen keinoja sekä yrityksen esittämiä määritelmiä ”todellisuudesta”.

Tarkastellessani PR-toimintaan sisältyvää yhteiskunnallista vallankäyttöä ja retorisia käytänteitä hyödynnän analyysin kehyksenä yhteiskuntavastuun käsitettä. Tämä tarkoittaa sen analysointia, kuinka ajatus yhteiskuntavastuusta käsitetään ja mitä teemoja termin piiriin sisällytetään. Yhteiskuntavastuun käsite on siksi keskeinen, koska se on yrityksen toiminnassa se osa-alue, jossa yritys kohtaa muut toimijat, joita yhteiskuntavastuuta käsittelevissä teorioissa kutsutaan sidosryhmiksi. Yrityksen yhteiskunta- tai toimintavastuusta käydyssä keskustelussa osapuolet määrittävät, vahvistavat ja uusintavat yhteiskunnallisia arvoja ja normeja sekä käsityksiä siitä, mikä on yrityksen rooli yhteiskunnassa.

## 1.2. YHTEISKUNTAVASTUU-KÄSITTEEN NOUSU YRITYSTEN AGENDALLE

Yritysten toimintastrategioissa yhteiskuntavastuun ja yritys vastuun käsitteet ovat saaneet jatkuvasti yhä enemmän tilaa. Yhteiskuntavastuun (tai vastaavasti yritys vastuun) käsite viittaa siihen, että yritykset eivät voi olla huomioimatta sitä ympäristöä, jonka resursseihin ja hyvinvointiin ne omalla toiminnallaan vaikuttavat. Tällaiseen taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen viitataan yritys kielessä kolmoistilin päätöksenä ja yhteiskuntavastuullisen toiminnan kolmikantamallina (Aula & Heinonen 2002, 132; Roach 2005, 23). Samalla yhteiskuntavastuun käsitykseen liittyy kiinteästi ajatus kestävästä kehityksestä paikallisella ja – erityisesti monikansallisten yritysten näkökulmasta – myös globaalilla tasolla.

Fombrunin (1996, 68) mukaan käsitys kestävästä kehityksestä olettaa, että yritysten tulisi palauttaa takaisin yhteiskunnalle vähintään saman verran resursseja kuin ne itse kuluttavat sosiaalista ja fyysistä ympäristöä. Yritysten toiminnan negatiivisista vaikutuksista toimintaympäristöönsä on myös käytetty taloudellista termiä *ulkoistamiset* (Roach 2005, 37.). Tällaisilla negatiivisilla ulkoistamisilla tarkoitetaan jonkin toimijan (yksilön tai yhteisön) toiminnasta aiheutuvia kustannuksia, jotka siirtyvät ulkoisen ympäristön kannettaviksi. Näitä kustannuksia ovat esimerkiksi ympäristövahingot, työtapaturmat ja infrastruktuurin muutokset. Nykyinen yrityksen yhteiskuntavastuun käsitys pyrkii ”sisäistämään ulkoistamiset” antamalla kaikille yrityksen toimintaan liittyville sidosryhmille<sup>5</sup> mahdollisuuden vaikuttaa suuryritysten toimintaan joko virallisesti tai epävirallisesti. Jotta ajatus voisi toimia, on yritysten toiminnan Roachin mukaan oltava läpinäkyvää, jotta sidosryhmät kykenevät tietoisiin päätöksiin tästä toiminnasta saamiensa käsitysten perusteella. Yhteiskuntavastuullisessa toimintamallissa sidosryhmille on myös luotava kanavia mielipiteensä ilmaisuun, ja nämä kannat on otettava huomioon yrityksen varsinaisessa toiminnassa. (Emt.)

Mutta mitkä sitten ovat yrityksen motiivit yhteiskuntavastuullisen toiminnan harjoittamiseen – varsinkin jos ajatellaan, että kulujen minimointiin ja voittojen maksimointiin kannustavien toimintamallien mukaisesti yritys pyrkisi käyttämään vaikutusvaltaansa kulujen minimointiin ja kustannusten ulkoistamiseen aina, kun se on mahdollista (Goodwin 2003 (teoksessa Roach 2005, 37))? Roachin mukaan vastaus piilee yksilöiden ja yhteisöjen harjoittamassa vallankäytössä: vastapainona yrityksen pyrkimyksille voiton maksimointiin toimivat ne ryhmät, jotka kykenevät vaikuttamaan



organisaation toimintaan ja menestykseen julkisen mielipiteen, kulutuksen ja poliittisen sääntelyn kautta. Tällaisia ryhmittymiä – sidosryhmiä – ovat asiakkaat, työntekijät ja rahoittajat sekä muu yrityksen ympäristö, eli yksilöt, kuluttajaryhmät, viranomaiset ja muut sosiaaliset ryhmät. Lisäksi yrityksen on huomioitava myös tulevat sukupolvet, joihin sen toiminnalla on vaikutusta. (Roach 2005, 37–38.) Myös Aulan ja Heinosen (2002, 131) mukaan yritysten yhteiskuntavastuullista toimintaa kohtaan osoittaman mielenkiinnon syitä ovat julkisen painostuksen, aktiivisten yleisöjen ja kuluttaja-aktivismiin lisäksi taloudellinen ja kulttuurinen globalisaatio, eettiset sijoittajat ja sijoitusrahastot, tietoiset ja vaativat työntekijät sekä erilaiset kansalliset ja ylikansalliset säännöt. Lisäksi myös teknologinen kehitys ja kiristynyt kilpailu kannustavat yrityksiä yhteistyöhön sidosryhmäverkostojen kanssa: koska innovaatioita ei voida enää hallita entiseen tapaan, yritykset keskittävät huomionsa sidosryhmien toiveisiin (emt., 17).

Yhteiskuntavastuullisen toiminnan harjoittaminen näyttäytykin näin eräänlaisena yrityksen toimintaedellytyksiin kohdistuvana, julkisen mielipiteen pelosta johtuvana ”vapaaehtoisena pakkona” sen sijaan, että se perustuisi esimerkiksi eettisiin lähtökohtiin (eettisiä teorioita yhteiskuntavastuullisen toiminnan taustalla käsitellen laajemmin luvussa 4.1.). Fombrunin (1996, 160) mukaan osa yrityksistä osallistuukin yhteiskunnalliseen toimintaan nimenomaan pakon sanelemana. Tällaisia ovat esimerkiksi tupakka-, öljy- ja kemikaaliteollisuudessa toimivat yritykset, joiden tuotteisiin kohdistuva toistuva arvostelu on ajanut yritykset puolustuskannalle. Nämä yritykset etsivät mahdollisuuksia tavoittaa kuluttajia tukemalla ympäröivää yhteiskuntaa eri tavoin: esimerkiksi negatiivista mainetta ympäristön saastumisen vuoksi keränneet Mobil ja Exxon tukevat julkista televisiota, kun taas kemikaalialalla toimiva Du Pont tukee aktiivisesti ympäristökampanjoita. (Emt.) Vastaavalla tavalla toimivien yritysten listaan voidaan luvussa 6 käsitellyn aineiston perusteella lisätä myös geenimuunneltujen kasvien ja maatalouskemikaalien tuotantoon perustuvasta liiketoiminnastaan kritiikkiä kohdannut Monsanto.

Fombrun kuitenkin esittää, että edellä mainittu hyväntekeväisyystoiminta on selkeästi itsepuolustusta. Yrityksen hyväntekeväisyystoiminnan on tällöin määrä parantaa yrityksen liiketoiminnallisen menestyksen kannalta ratkaisevaa julkisuuskuvaa tai mainetta (luku 4.2.) sen sijaan, että se pyrkisi ratkaisemaan yrityksen toiminnasta aiheutuvia yhteiskunnallisia ongelmia. (Emt.) Julkisuushakuinen hyväntekeväisyystoiminta näyttäyty näin maineenhallintana ja retorisenä keinona positiivisten

---

<sup>5</sup> Wood (2001, 68) määrittää sidosryhmät ”ryhminä tai yksilöinä, joilla on etuja tai panoksia kiinni sellaisessa kokonaisuudessa kuten organisaatio, yhteisö tai maa”. Yrityksen tyypillisiksi sidosryhmiksi Wood nimeää työntekijät, alihankkijat, paikallisen yhteisön jäsenet sekä asiakkaat. Sidoryhmiin luetaan yleensä kaikki ne ryhmät, joilla on merkitystä yrityksen kannalta, ja määritelmä vaihtelee kirjoittajasta riippuen. Tämän tutkimuksen keskeisiksi sidosryhmiksi voidaan määritellä esimerkiksi valtiot, kansalaisjärjestöt, kuluttajat sekä yrityksen toimintaympäristössä elävät paikalliset.

vaikutelmien saavuttamiseksi yritykselle keskeisten sidosryhmien silmissä: keskeisenä tavoitteena ei ole toiminnan parantaminen, vaan yleisön suostuttelu yrityksen tarjoaman imagon taakse. Tällöin kyse on nimenomaan imagon rakentamisesta, ei itse maineesta, mikä tulee esille luvussa 4.2. Maineenhallintaa voidaankin pitää PR-toiminnan keskeisenä lähtökohtana ja yrityksen liiketaloudellisen tuloksen vahvistamiseen tähtäävänä keinona, joka selittää osaltaan yritysten pyrkimyksiä yleisöjensä puhuttelemiseen.

Retoristen vaikutuskeinojen tutkimista tukee myös käsitys, jonka mukaan yhteiskuntavastuullisessa toiminnassa yritys kohtaa yleisönsä irtaantuneena perinteisestä tuottaja-asiakas -roolijaosta (Somerville 2001, 115). Yhteiskuntavastuuajattelun voidaankin nähdä siirtyvän yrityksen toimintamalleja käsittelevistä taloudellisista teorioista lähemmäksi yhteiskuntatieteissä käsiteltyjä sosiaalisen toiminnan teorioita: yrityksestä ja sen sidosryhmistä muodostuu yhteisö, jonka toimintaa voidaan tutkia yhteiskuntatieteeseen kuuluvien metodein. Yrityksen luoma yhteiskuntavastuuaineisto on osa sekä sosiaalista kanssakäymistä että edellä kuvatuista, yrityksen ja sen sidosryhmien välille muodostuneista jännitteistä aiheutuvia valtakamppailuja toimijoiden välillä.

### 1.3. YRITYS RETORISENA TOIMIJANA

Kulttuuriset ilmiöt ovat yhtä objektiivisia, yhtä rajoittavia, yhtä *todellisia* kuin valta ja intressit<sup>6</sup> (Wendt 1999, 136).

Tutkimukseni lähtökohta on, että yrityksen käyttämä kieleen ja kielellisyyteen rakentuva valta on yhtä merkittävää, kuin yrityksen suoran toimintansa avulla harjoittama rakenteellinen vallankäyttö<sup>7</sup>. Yhteiskuntavastuuta käsittelevän materiaalin tutkiminen on siksi tärkeää, että markkinoidessaan omia yhteiskuntavastuullisuuden mittareitaan oikeina (Tikkanen ym. 2007, 141) yritykset osallistuvat siihen keskusteluun, jossa luodaan ja määritellään uudelleen käsityksiä hyväksyttävästä yhteiskunnallisesta toiminnasta tai liiketoiminnasta. Kun otetaan huomioon, että kyse on kansainvälisistä suuryrityksistä, on kyse yhteiskunnallisten arvojen luomisesta ja määrittelystä globaalilla tasolla.

Suuryritykset onkin huomioitava tässä tutkimuksessa ensisijaisesti yhteiskunnalliseen keskusteluun osallistuvina toimijoina. Esimerkiksi Risse-Kappen (1995a, 4) näkee ylikansallisten toimijoiden kykenevän määrittelemään sitä, kuinka yhteiset normit muotoutuvat kansainvälisessä järjestelmässä: ylikansallisten ja valtioidenvälisten toimijoiden luomat verkostot vaikuttavat merkittävästi esimerkiksi

---

<sup>6</sup> Cultural phenomena are just as objective, just as constraining, just as *real* as power and interest. [Kursivointi alkuperäisessä.]

<sup>7</sup> Rakenteellisen vallankäytön määritelmästä ja sisällöstä ks. luku 3.3.

siihen, kuinka ihmisoikeuksia, kansainvälistä turvallisuutta tai ympäristönsuojelua koskevat arvot, normit ja käsitykset leviävät globaalisti. Ylikansallisina toimijoina myös yritykset kykenevät osallistumaan näiden yhteisten normien muodostamiseen ja uudelleenmäärittämiseen. Koska yritykset pyrkivät saavuttamaan PR-toiminnan avulla mahdollisimman suotuisen toimintaympäristön (luku 4.3.), tutkimuksen lähtökohtana on oletus, että yritykset pyrkivät omilla lausunnoillaan tietoisesti vaikuttamaan Risse-Kappenin kuvaamien yhteisten arvojen ja normien muodostumiseen globaalilla tasolla.

Organisaatio voidaankin retorisen ja kriittisen tutkimuksen näkökulmasta nähdä puhujana, jonka lähettämät viestit vaikuttavat yhteiskunnalliseen kehitykseen ja muutokseen (Toth 1992, 3). Heathin (1992, 18) mukaan sekä ihmiset että organisaatiot ihmisten muodostamina yhteisöinä hyödyntävät retoriikkaa sekä saavuttaakseen myönteisiä mielipiteitä, ymmärrystä ja arvostusta että saadakseen aikaan toimintaa. Retoriikan avulla yritykset pyrkivät luomaan positiivisia mielikuvia toiminnastaan ja huolehtimaan samalla maineestaan (emt.), joka taas on merkittävä tekijä yrityksen taloudellisen menestyksen kannalta (luku 4.2.).

Yritysretoriikan näkökulmasta keskeiseen rooliin nousee PR-osasto viestinnän osa-alueesta yrityksessä vastaavana toimijana. Heathin (1992, 18) mukaan PR-ammattilaiset ovat vaikutusvaltaisia retorikkoja, sillä heidän suunnittelemansa ja toistamansa viestit muokkaavat muiden toimijoiden mielipiteitä sekä vaikuttavat siihen, millaisena esimerkiksi kuluttajuus, kapitalismi, työ, terveys ja vapaa-aika nähdään. Tutkimukseni kannalta ei lopulta kuitenkaan ole keskeistä, mikä osa organisaation rakenteesta viestin välittää, vaan PR-ammattilaisten vaikutusvalta voidaan nähdä yleisesti PR-toimintaan sisältyvänä ominaisuutena ja samalla laajemmin osana yritysten vaikutusmahdollisuuksia.

Heath korostaa keskeisenä PR-toiminnan retoriikan kykyä muodostaa käsityksiä, jotka vaikuttavat yksilöiden elämäntapaan. Luodessaan uusia tuotteita ja palveluita tai vakiinnuttaessaan omaa identiteettiään ja suhdettaan ympäröivään yhteiskuntaan yritykset luovat ”avaintermejä”, kuten iskulauseita ja metaforia, jotka vaikuttavat yhteisiin käsityksiin yhteiskunnasta ja organisaatioista yleensä. Samalla termit vaikuttavat siihen, kuinka ihmiset näkevät itsensä kuluttajina ja yhteisön jäseninä. Toisaalta Heath näkee tällaisen toiminnan myös positiivisena: toiminnan perusteella muodostuneet mielikuvat määrittävät ne eettisen toiminnan standardit, joita organisaatioiden on määrä noudattaa. Yritysten toimintaa koskevat mielipiteet edistävät Heathin mukaan yleistä ymmärrystä yhteiskunnallisista kysymyksistä, eli ne nostavat esille esimerkiksi tuotantoprosessien vaikutukset ympäristöön. (Heath 1992, 19.) Toisaalta näkemykseen ei ole syytä suhtautua kriittikittömästi, sillä on

kysyttävä, tukeeko yrityksen retoriikka edellä kuvatun yhteiskunnallisen ymmärryksen syntymistä, jos viestintä tähtää liiketaloudellisen toiminnan tukemiseen, mihin myös aineisto näyttäisi viittaavan.

#### 1.4. TAPAUK MONSANTO

Monsanto on ylpeä toimiessaan johtavana työnantajana globaalilla tasolla monen asian suhteen. On etuoikeus kyetä tarjoamaan tuotteitamme ja palvelujamme lukuisissa maissa ympäri maailman, kohdata ainutlaatuinen mahdollisuus auttaa näiden maiden kansalaisia nostamaan elintasoaan sekä parantamaan heidän ja heidän lastensa terveyttä ja hyvinvointia.<sup>8</sup> (Code of Conduct Policy, 11.)

Yllä oleva lainaus kuvaa hyvin ylikansallisen Monsanto yhteiskuntavastuuretoriikkaa, joka toisaalta myös heijastaa yrityksille tyypillistä tapaa puhutella yleisöjään. Tikkanen ym. (2007, 137–139) esittävätkin, että yritykset pyrkivät ajamaan etujaan kaikin optimaalisin ja koordinoituihin tavoin, mihin kuuluu myös yhteiskuntavastuullisen toiminnan korostaminen retorisen suostuttelun avulla. Kuten yllä olevasta esimerkistä käy ilmi, Monsanto pyrkimys korostaa mahdollisuutta yhteiskunnallisten olojen parantamiseen yrityksen tuotteiden avulla on eräs Monsanto retoriikalle tyypillisistä keinoista, joita se hyödyntää markkinoiden avaamiseksi<sup>9</sup>.

Monsanto on vuonna 1901 perustettu, Yhdysvalloissa pääkonttoriaan pitävä yritys, joka alun alkujaan keskittyi maataloudessa käytettävien torjunta-aineiden kehittämiseen ja myyntiin. Nykyisin Monsanto on erikoistunut bioteknologia-toimialaan, eli yrityksen tuotteet sisältävät geneettisesti muunneltuja viljelykasvien siemeniä sekä yrityksen viljatuotteiden kasvua tukevia torjunta-aineita. Keskeisiä viljelytuotteita ovat esimerkiksi maissin, puuvillan, soijan ja rapsin siemenet. (www.monsanto.com.) Monsanto liiketoiminta haarautuu kahteen alaan: se keskittyy geenimuunneltujen siementen ja kasvien kehittämiseen, mutta tuottaa lisäksi maatalouskemikaaleja esimerkiksi tuholaistorjuntaan: tunnetuin yrityksen tuotteista alalla on RoundUp-kemikaali (CSR Report, 2).

Kyse ei ole kooltaan pienestä yrityksestä, sillä Monsanto liikevaihto vuonna 2009 oli 11 miljardia dollaria ja tulos ennen veroja kolme miljardia dollaria ("Financial Highlights"). Yrityksen koko kertoo myös sen käyttämästä retorisesta vaikutusvallasta: Billigin (1991, 4) mukaan hallitsevilla toimijoilla on suurempi mahdollisuus retoriseen vaikuttamiseen, ja ne ovat tämän vuoksi etulyöntiasemassa muihin toimijoihin nähden. Monsanto on tutkimuskohteena merkittävä myös siksi, että maailman suurimpana viljelykasvien siemeniä tuottavana yrityksenä ja johtavana geenimuunneltujen viljakasvien kehittäjänä

---

<sup>8</sup> Monsanto is proud to be a leader in the global workplace on a number of issues. It is a privilege to be able to offer our products and services in numerous countries around the world, to have the unique opportunity to help the citizens of those countries raise their standard of living and improve the health and well being of themselves and their children.

<sup>9</sup> Monsanto hyödyntämiä retorisia käytänteitä käsittelemme tarkemmin luvussa 6.

(New York Times 6.10.2010) sen asemaan ja harjoittamaan toimintaan sisältyy kysymys, kuinka paljon valtaa yhdellä yrityksellä voi olla suhteessa siemeniin, jotka ovat maailman ravintovaraston perusta (CBS News, 14.12.2009). Monsanto on sanottu hallitsevan 90 prosenttia geenimuunneltuihin siemeniin keskittyvästä toimialasta ja vaikuttavan edelläkävijänä voimakkaasti siihen, millaiseksi toimialaa ja sen sääätelyä sekä patenttioikeuksia koskeva lainsäädäntö muodostuu. Samalla yritys vaikuttaa voimakkaasti myös alan toimijoiden välisiin valtasuhteisiin ja markkinoiden muotoutumiseen. (Emt.)

Lisäksi maailman suurimpana geeniruonan tuottajana Monsanto osallistuu kansainväliseen keskusteluun geenimuunneltujen elintarvikkeiden myynnin vapauttamisesta ja niiden merkityksestä suhteessa elintarviketuotannon tulevaisuuteen, energiapolitiikkaan ja yhteiskunnalliseen hyvinvointiin. Tämä on tärkeä huomioida, sillä markkinaorientoituneena toimijana sen kykyä – ja intressejä – vaikuttaa yhteiskunnallisiin arvoihin ja normeihin on tarkasteltava myös kriittisesti. Kuten luvussa kuusi käy ilmi, tähän keskusteluun liittyvät Monsanto materiaalissa muun muassa yritysten poliittisen toiminnan sekä ympäristö- ja ihmisoikeuskysymysten määrittely, keskustelu resurssien jakautumisesta globaalilla tasolla sekä yrityksen tarjoamat käsitykset ihmiskunnan tulevaisuudesta.

Kuten Robinin dokumentista käy ilmi, Monsanto on toimijana saanut osakseen myös huomattavasti kritiikkiä. Yritystä on arvosteltu muun muassa sen tuotteiden epäiltyjen terveys- ja ympäristöhaittojen sekä tuoteturvallisuustutkimusten lyhytkestoisuuden vuoksi. Kehitysmaissa Monsanto toiminta on aiheuttanut vastustusta, sillä viljelijät ovat kokeneet joutuvansa riippuvaisiksi Monsanto tuotteista, koska yrityksen markkinoimat viljelykasvit eivät menesty ilman niitä varten kehitettyjä, Monsanto itsensä myymiä torjunta-aineita. Samalla kritiikkiä on herättänyt myös yrityksen monopoliasema markkinoilla, sillä sen tuotteiden on sanottu olevan monelle viljelijälle ainoa tarjolla oleva vaihtoehto. Samalla kritiikki kyseenalaistaa voimakkaasti Monsanto yhteiskuntavastuumateriaalin sisältämän, yhteiskunnallisen hyvinvoinnin korostamiseen perustuvan retoriikan ja tuo yhteiskuntavastuukeskusteluun retorisen kamppailun piirteitä.

Koska tutkimusasettelu viittaa yrityksen ja dokumentin väliseen retoriseen kamppailuun, on otettava huomioon kysymys, kuinka yritystä kohtaan esitetty kritiikki voidaan tunnistaa materiaalista. Yrityksen ja sen yhteisöjen keskinäisen viestinnän huomiotta jättäminen retorista tutkimusta tehtäessä olisi kuitenkin virhe: Pietikäisen ja Mäntysen (2009, 30) mukaan diskurssintutkijalle<sup>10</sup> kielen ja kontekstin suhde on erottamaton. Väitän, että aineiston perusteella on mahdollista todeta, että yrityksen ja sen

sidosryhmien – joihin myös sitä arvostelevat tahot kuuluvat – välinen kommunikaatio heijastuu selkeästi yrityksen materiaaliin. Tästä kertoo jo osaltaan Monsanto kotisivuillaan pitämä, voimakkaasti yrityksen toimien puolesta argumentoiva ”Tiedoksi”<sup>11</sup>-palsta, jossa yritys pyrkii kumoamaan sitä kohtaan esitetyn kritiikin aiheettomana. Kuten luvussa 6 tuon esiin, yritys ei suoraan nimeä kritiikin esittäjiä, mutta tämä on toisaalta perusteltavissa käsityksellä kritiikin häivyttämisestä retorisenä keinona<sup>12</sup>: lähteiden suora osoittaminen antaa puheenvuoron vastapuolelle, mitä Monsanto pyrkii välttämään. Tutkimukseni asettuikin dokumentin esittämän kritiikin ja sitä vastaavan Monsanto reaktion luomaan kehykseen. Tämä tulee ilmi myös suorittamani aineiston analyysin rakenteessa, eli aloitan analyysikappaleet nostamalla esiin dokumentin esittämän kritiikin ja erittelemällä tämän jälkeen Monsanto retoriikkaa vastauksena esitettyyn arvosteluun.

Yrityksen retorisia vaikutuskeinoja tutkittaessa analyysin lähtökohtana on oletus, jonka mukaan Monsanto pyrkii vahvistamaan positiivista käsitystä toiminnastaan sekä roolistaan yhteiskuntavastuullisena toimijana. Tämän käsityksen perusteena toimii yrityksen toimintatapoja kohtaan osoitettu kritiikki, joka kyseenalaistaa Monsanto omat yhteiskuntavastuullisen toiminnan määritelmät. Marie-Monique Robinin dokumentti haastaa yrityksen PR-materiaalin tukien oletusta, että Monsanto yhteiskuntavastuullisessa raportoinnissa kyse on yhteiskunnallisen hyvinvoinnin tarkastelun ja toimintatapojen kehittämisyhtymysten sijaan yleisön retorisesta puhuttelusta yrityksen toimintaedellytysten turvaamiseksi. Samalla tutkimusasettelu korostaa eräänlaista ”Daavid vastaan Goljat” -asetelmaa, joka tulee esiin myös yrityksen omassa materiaalissa (luku 6.1.5.): dokumentin viestintäresurssit eivät ole yhtä suuret monikansallisen suuryrityksen harjoittamaan retoriikkaan rinnastettaessa. Tästä asetelmasta huolimatta Monsanto on tulkintani mukaan kuitenkin pakotettu reagoimaan sitä kohtaan esitettyyn kritiikkiin, sillä yrityksen on kyettävä suostuttelemaan toimintansa kannalta keskeiset sidosryhmät puolelleen dokumentin asettamassa retorisen kamppailun kehyksessä.

Johdannosta työ etenee seuraavassa järjestyksessä: Luvussa 2 esittelen tarkemmin työn ontologiset ja epistemologiset lähtökohdat, eli tuon esiin kriittisten teorioiden käsityksen vallan sidoksisuudesta kieleen ja kielellisyyteen pohjustaakseni yritysviestinnän tavoitteita ja merkitystä yhteiskunnallisena vallankäyttönä. Tämän jälkeen käsittelen monikansallisten yritysten roolia kansainvälisen yhteisön jäsenenä ja ei-valtiollisina toimijoina luvussa 3 määrittääkseni yritysten toimintamahdollisuudet ja valtasuhteet suhteessa kansainvälisen järjestelmän muihin osapuoliin, eli yksilöihin ja valtioihin. Tässä

---

<sup>10</sup> Diskurssin käsitteen merkityksen suhteessa tutkimukseeni määrittelen tarkemmin seuraavassa luvussa.

<sup>11</sup> ”For the Record”.

<sup>12</sup> Retorisia vaikuttamisen keinoja käsittelen yksityiskohtaisemmin luvussa 5.

määrittelyssä keskeisessä roolissa toimivat Barry Buzanin hahmotelma kansainvälisen yhteisön rakenteesta, Susan Strangen käsitykset rakenteellisesta vallasta sekä Alexander Wendtin määritelmä toimijoiden ja rakenteiden välisestä suhteesta. Luvussa 4 tuon esiin käsityksen maineenhallinnasta yritystoiminnan motiivina, eli tarkoituksena on taustoittaa yrityksen viestintäintressejä. Näkemys PR-toiminnasta retorisena puheena nousee esille luvussa 5, jonka jälkeen on aineiston analyysin (luku 6) ja johtopäätelmien (luku 7) vuoro.

## 2. TUTKIMUKSEN ONTOLOGISET JA EPISTEMOLOGISET LÄHTÖKOHDAT

Kun ympäröivä maailmamme on ainakin osittain kielen avulla rakennettu ja kielellä tuotettu, tehdyt valinnat ovat mukana muokkaamassa tiedon ja uskomusten järjestelmiä sekä rakentamassa yhteisöllisiä identiteettejä ja sosiaalisia suhteita. Tätä tarkoittaa se, että kieli on myös sosiaalisesti järjestynyttä ja sillä on valtaa. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 17.)

Yritysviestinnän tutkimisen merkitys perustuu työssäni siihen, kuinka kielenkäyttöön nähdään sisältyvän yhteiskunnallisen vallankäytön piirteitä. Kansainvälisen politiikan tutkimusperinteeseen nähden tämän tutkimuksen ontologinen ote suuntautuu kriittisiin teorioihin, joista keskeisiä tutkimukselle ovat konstruktivismi ja poststrukturalismi.

Konstruktivistit pyrkivät korostamaan sitä, kuinka kielen avulla luodaan todellisuutta, eli he kehottavat analysoimaan kielen sisältöä tarkemmin. Konstruktivismissa kielen merkitykseen ei sisälly tapahtumien tai todellisuuden toisintaminen, vaan se nähdään diskursiivisena toimintana (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 25). Koska todellisuus on sosiaalisesti rakennettu, konstruktivismi katsoo yhteiskunnan ja ihmisten muokkaavan jatkuvasti toisiaan, eli käsitysten ja maailmankuvien nähdään muokkautuvan kaksisuuntaisessa prosessissa. Tästä johtuen myös todellisuuden käsittäminen – ei pelkästään luominen – liittyy olennaisesti kieleen ja kielellisyyteen. (Zehfuss 2002, 12–20.) Monikansallisten yritysten PR-toimintaa on mielekästä tarkastella konstruktivistisesta näkökulmasta, sillä tämän toiminnan voidaan katsoa pyrkivän muokkaamaan kielen avulla yhteisesti jaettuun käsityksiä ja maailmankuvia.

Konstruktivismin tavoin myöskään poststrukturalismi ei näe mahdollisena erottaa yksilöllisyyttä ja yhteiskunnallista järjestystä toisistaan tai asettaa niitä tärkeysjärjestykseen suhteessa toisiinsa. Tämä johtuu siitä, että sen, miten yksilö rakentuu, nähdään olevan kytköksissä siihen, miten sosiaalinen tai symbolinen järjestys on rakentunut. Symbolinen järjestys syntyy sulkemalla se, mitä ei voida symboloida, järjestyksen ulkopuolelle. Tätä poststrukturalistit kutsuvat myös sosiaalisesti todellisuudeksi. He eivät näe tärkeänä sitä, kuinka todellisuus ja ”ideoiden maailma” eroavat toisistaan, vaan oleellisinta on se, kuinka vaikutelma totuudesta tai todellisuudesta tuotetaan. (Edkins 1999, 6, 15–16.) Tämän vuoksi kieli nousee keskeiseksi tarkastelun kohteeksi, sillä symbolisena järjestelmänä se välittää yksilölle vaikutelmia totuudesta.

Habermas (1994, 85) korostaa sitä, että viestejä vaihtaessaan ja niitä tulkitessaan kommunikaatioon osallistuvat toimivat kielensä sisällä ja ovat näin jossakin määrin kieleensä sidottuja.



Poststrukturalistisen suuntauksen mukaan kieltä ei nähdä pelkkänä ilmaisun välineenä, vaan toimija on aina jo valmiiksi sidoksissa olemassa olevaan kielirakenteeseen (Edkins 1999, 22). Myös Pietikäisen ja Mäntysen (2009, 17–18) mukaan kielenkäyttöön liittyy rajoituksia ja normeja, joita aiheuttaa kielen käyttökonteksti, jolla he tarkoittavat viestintätilanteeseen ja yhteiskuntaan liittyviä arvoja, normeja, institutionaalisia rutiineja sekä muita kielenkäyttäjiä. Lisäksi nämä ympäröivän kulttuurin ja yhteiskunnan arvot ja normit myös heijastuvat kielenkäytössä. (Emt.) Poststrukturalismi ja konstruktivismi teorioina kehottavat tämän tutkimuksen kannalta ajateltuna käsitelmääritelmien lähempään tarkasteluun ja kysymään, millaisia merkityksiä yhteiskuntavastuu ja siihen liittyvät käsitteet saavat yrityksen aineistossa.

Käsiteltäessä todellisuuden hahmottamista kielellisyyden avulla esiin nousee termi *mielikuva*, joka on merkittävä myös yritystoimintaan sisältyvien imago- ja mainekäsitysten kannalta. Pääosin sosiologian puolella vaikuttanut Kenneth Boulding (1973, 98) esittää, että yhteiskunnallinen liike on ”mielikuvien<sup>13</sup> muodostamista kommunikaatioverkkojen välittämien viestien avulla”. Tämä tukee ajatusta, että myös yritysten omat, kuluttajayleisölle ja ympäröivälle yhteiskunnalle esittämät julkilausumat ovat osa tällaista yhteiskunnallista liikettä. Käsitelmä mielikuvista tulee esiin PR-toimintaa ja yrityksen mainetta käsittelevissä teorioissa, sillä yritystoiminnan kannalta oleellisen maineen nähdään rakentuvan yksilön muodostamien mielikuvien kautta. Myös maine, imago ja brändi, joita käsittelemme luvussa 4.2., voidaan nähdä eräänlaisina mielikuvina, joiden rakentamiseen osallistuvat sekä yritys että sen yleisöt.

Mielikuvan käsite vastaa osaltaan myös kysymykseen, miksi yritykset pyrkivät pitämään niin hyvää huolta maineestaan ja imagostaan: Boulding, joka tarkastelee yksilön tapaa tiedon muodostamiseen, esittää, että yksilön käytös riippuu nimenomaan mielikuvista, jotka ovat rakentuneet kokemuksen tuloksena (emt., 6). Bouldingin määritelmä mielikuvista yksilön toimintapäätösten ohjaajana selittää näin sitä, miksi brändi- ja imagoajattelu on tärkeässä asemassa markkinoinnin ja PR-toiminnan teorioissa. Lisäksi Boulding johtaa mielikuvien tasolle sen, mitä konstruktivistit esittävät yksilön ja yhteiskunnan vuorovaikutteisuudesta: mielikuvat eivät ainoastaan luo yhteiskuntaa, vaan myös yhteiskunta jatkuvasti luo uudelleen mielikuvia (emt., 64). Suhtautumistapa kannustaa yrityksiä toimijoina vaikuttamaan aktiivisesti siihen mielikuvaan, joka niiden toiminnasta muodostuu, sillä näin ne voivat vaikuttaa myös yhteiskunnassa vallitseviin arvo- ja normikäsityksiin.

---

<sup>13</sup> Boulding itse käyttää termiä *image*, jonka olen suomentanut mielikuvaksi. Esim. Aula & Heinonen (2002) suomentavat käsitteen imagoksi, mutta mielikuva-termi vastaa paremmin tekstin sosiologista merkitystä kuin markkinoinnin puolelle kääntyvä imago-käsite.

Voidaan kuitenkin kysyä, miksi juuri mielikuva on niin keskeisessä asemassa suhteessa yksilön tietokäsitykseen. Tämä johtuu siitä, että mielikuvaa pidetään tehokkaana, koska kuvitteellinen voi välittää näkymättömän, vaikeasti hahmotettavan asian näkyvien ja käsin kosketeltavien asioiden avulla (Burke 1969b, 86). Koska todellinen ympäristö on liian suuri ja monimutkainen yksilön ymmärrettäväksi, yksilön on siinä toimiakseen rakennettava yksinkertaisempi malli suoriutuakseen yhteiskunnassa. Jos yksilö ei itse koe jotakin tapahtumaa, hän kokee sen vain tapahtumasta saamansa mielikuvan kautta. (Lippmann 1965, 9–11, 44.) Mielikuvien luomista ei siis nähdä negatiivisena toimintana, vaan niiden nähdään helpottavan yksilön toimintaa.

Pietikäinen ja Mäntynen (2009, 28) liittävät käsityksen todellisuuden ymmärrettävyyden rajoista hermeneuttisen tutkimusperinteen ansioksi. Samalla he esittävät sosiaalisen todellisuuden rakentuvan mielikuvan sijasta kielelliseen muotoon eli *diskurssiin*, jotta todellisuus olisi tulkittavissa. Myös diskursseja käsiteltäessä on otettava huomioon, että todellisuus ei rajoitu kielellisiin ilmauksiin, ja että diskurssien syntyessä tapahtuu valikoitumista. Tutkijat tarkoittavat diskurssilla ”kaikkea kielellistä ja semioottista toimintaa, jolla ajatellaan olevan vuorovaikutuksellisia ja sosiaalisia ehtoja ja seurauksia”. Diskurssien representationaalisen kuvausvoiman he liittävät diskurssien kykyyn esittää yhteiskunnalliset tapahtumat ”totena” ja ”tapahtuneena”. Tässä yhteydessä tutkijat puhuvat tietokäsitysten ja -rakennelmien muodostumisesta: ”Tietokäsitykset ja rakennelmat liittyvät siihen, mitkä asiat esitetään totena, millaisia syy-seuraussuhteita asioilla esitetään olevan ja millaisiin arvojärjestelmiin niiden ajatellaan perustuvan. Tässä prosesseissa diskursseilla on keskeinen rooli”. (Emt., 26–28, 53.)

Diskurssin hyödyntäminen käsitteenä ei kuitenkaan tarkoita tutkimusmetodin rajoittumista pelkkään diskurssianalyysiin, sillä tutkija voi perustellusti valita oman ”merkityksellistämisen tapansa” eli sen, mitä diskurssilla kulloinkin tarkoitetaan ja samalla paikantaa tämän valintansa alan tutkimuskenttään. Pietikäisen ja Mäntynsen mukaan yhteistä diskurssi-käsitettä käyttäville tutkijoille ja tutkimusaloille on kielen näkeminen sosiaalisena toimintana ja todellisuutta rakentavana resurssina, jota voi käyttää monin tavoin, monin eri seurauksin ja monin eri teoreettisin kiinnepistein. (Emt., 26). Diskurssin käsitettä on mahdollista hyödyntää näin myös retorisen analyysin taustateorian ja apuna retoristen käytänteiden määrittelyssä.

Kielellisestä toiminnasta esitettyjen määritelmien lisäksi yritysviestinnän tutkimisessa on otettava huomioon myös jo olemassa olevat rakenteet, sillä Sulkusen (1997, 26) mukaan sosiaalinen maailma ei ole merkittävä pelkästään toiminnan, vaan myös olemisen kautta: kriittisten teorioiden on huomioitava

jo olemassa olevan asetelmat, eli eräänlaiset statukset, kuten esimerkiksi yhteiskunnan jäsenten oleminen joidenkin luokkien tai ryhmien jäsenenä. Tarkoitus on siis painottaa sitä, mikä toimijan oma tausta on ja missä kontekstissa hän asiansa esittää. Tällöin on tutkimuksessa otettava huomioon, että monikansallinen yritys profiloituu omaan, esimerkiksi toisten vastaavaa toimintaa harjoittavien tai vastaavaa kansallisuutta edustavien yritysten muodostamaan viiteryhmään, mikä osaltaan voi vaikuttaa yrityksen harjoittamaan viestintään.

Kriittiset teorit tukevat yrityksen PR-toiminnan tarkastelemista retorisena maineenhallintana, jonka pyrkimyksenä on vaikuttaa yleisön todellisuuskäsityksiin sekä yhteiskunnallisten arvojen ja normien rakentamiseen ja muokkautumiseen. Koska mielikuvat ovat niin keskeisessä asemassa yksilön todellisuuskäsityksen muodostumisessa, yritysten kampanjat maineensa, imagonsa ja tuotebrändiensä puolesta näyttäytyvät pyrkimyksinä yksilöiden käsitysten ja toiminnan ohjaamiseen yritysten itsensä tarjoamien mielikuvien avulla. Yrityksellä on mahdollisuus vaikuttaa yhteiskuntavastuuta käsittelevän aineistonsa kautta yhteiskunnallisiin tietokäsityksiin ja -rakennelmiin tarjoamalla erilaisia käsityksiä totuudesta sekä määrittelemällä yhteiskunnassa vallitsevia arvoja ja normeja sekä toimintaansa liittyviä syy-seuraussuhteita.

### **3. MONIKANSALLISET YRITYKSET OSANA KANSAINVÄLISEN POLITIIKAN RAKENNETTA**

#### **3.1. MONIKANSALLISEN YRITYKSEN MÄÄRITELMÄ JA MERKITYS KANSAINVÄLISEN POLITIIKAN TUTKIMUSKOHTENA**

Monikansallisten yritysten merkitystä poliittisina toimijoina tutkitaan yhä enenevässä määrin, ja myös käsitykset niiden vaikutusvallan kasvusta kansainvälisessä politiikassa ovat nousseet esiin 1900-luvun viimeisillä vuosikymmenillä. Chandlerin ja Mazlishin (2005, 2) mukaan monikansalliset yhtiöt voidaan nähdä modernin globaalien talouden ensimmäisenä aaltona, joka syntyi 1880-luvulla teollisen vallankumouksen ja modernien imperiumien heräämisen myötä. Tämä aalto otti kypsemmän muodon myöhemmin, monikansallisten yritysten kasvun toisessa vaiheessa eli 1970-luvulla (emt.).

Monikansallisista yrityksistä on käytetty useita eri nimityksiä, mutta David E. Lilienthalia pidetään ensimmäisen monikansallista yritystä tarkoittavan termin kehittäjänä. Lilienthal lanseerasi käsitteen ”multinational corporation” vuonna 1960. Tällöin nimi viittasi kuitenkin yhdysvaltalaisen yritysten ominaispiirteisiin, eikä sillä ollut globaalia mittakaavaa. Näiden monikansallisiksi nimitettyjen mutta käytännössä kansallisten yritysten toiminnot ulkomailla olivat vain laajennus kotimaiselle toiminnalle, ja päätöksenteon keskuskeskukset säilytettiin edelleen kotimaassa. Termin sisällön muutosta kuvastaa myös se, että alun perin monikansalliset yritykset nähtiin suotuisina toimijoina, mutta pian käsite menetti positiivisen sävynsä ja yhdistettiin toiminnallisiin väärinkäytöksiin. (Fieldhouse 1986, 9–10.)

Nykyään yritysten monikansallistuminen sanan varsinaisessa merkityksessä on lisääntynyt, sillä niiden omistus on hajaantunut globaalilla tasolla. Chandler ja Mazlish (2005, 3) määrittelevät nyt monikansalliset yritykset toimijoiksi, jotka kontrolloivat toimintojaan samanaikaisesti useammassa kuin yhdessä valtiossa. Lisäksi toiminnan määrittelyssä on huomioitava se, onko yritys yksityisessä vai valtiollisessa omistuksessa ja ovatko yritystoiminnan muodot ja käytännöt ominaisia yrityksen kotimaalle vai voidaanko niiden nähdä olevan kansainvälisiä (emt.). Toisaalta osa tutkijoista myös kyseenalaistaa käsityksen monikansallisista yrityksistä: esimerkiksi Doremus ym. (1998), jotka näkevät suuria kansallisia eroja kansainvälisten yritysten toiminnassa, pitävät käsitystä monikansallisista yrityksistä amerikkalaisena myyttinä (luku 3.7.).

Huolimatta siitä, kuinka yhtenäisenä ryhmänä monikansalliset yritykset käsitetään, niiden kasvava merkitys talouden osa-alueella on alkanut puhuttaa tutkijoita. Useat kriitikot pyrkivät korostamaan monikansallisten yritysten suurta vaikutusvaltaa ja huoltaan siitä, että tämä vaikutusvalta on kasvamassa entisestään. Esimerkiksi Chandler ja Mazlish (2005, 2) näkevät monikansallisten yritysten vallan ja vaikutukset ”lähes mittaamattomina”, ja ne eivät koske vain taloutta, vaan myös politiikkaa ja kulttuuria sekä yhteiskuntaa ja siinä vallitsevia arvoja. Heidän mukaansa monikansallisilla yrityksillä on vaikutusta lähes jokaisella elämän osa-alueella ympäristöä koskevasta poliittisesta päätöksenteosta kansainväliseen turvallisuuteen, henkilökohtaista identiteettiä koskevista kysymyksistä yhteisöä koskeviin kysymyksiin ja työn tulevaisuudesta kansallisvaltion tulevaisuuteen sekä alueellisten ja kansainvälisten elinten ja liittojen tulevaisuuteen.

Kun monikansallisia yrityksiä tutkitaan globaaleina poliittisina toimijoina, näkökulmat keskittyvät valtaosin keskusteluun yritysten asemasta valtion toimivaltaa rajoittavana vallankäyttäjänä tai globaalia rahaliikennettä hallitsevana toimijana. Chadlerin ja Mazlishin (2005, 240) mukaan monikansalliset yritykset on kuitenkin nähtävä moniulotteisena ilmiönä: nämä organisaatiot rakentuvat taloudellisista, liikkeenjohdollisista, sosiaalisista, poliittisista ja kulttuurisista osa-alueista, joita kaikkia on tutkittava sekä erikseen että vuorovaikutteisessa suhteessa toisiinsa. Chandlerin ja Mazlishin näkemys tukee näin käsitystä siitä, että myös yritysten retorisen toiminnan tutkimuksella on sijansa kansainvälisen politiikan tutkimuksessa.

Roachin (2005, 31–32) mukaan ei kuitenkaan juuri ole olemassa varsinaista empiiristä tutkimusta, joka tukisi väitettä monikansallisten yritysten vallan kasvusta: ongelma piilee hänen mukaansa siinä, että ”yleisesti hyväksyttyä” keinoa yritysten vaikutusvallan määrittämiseksi ei toistaiseksi ole. Vastaava ongelma näkyy monikansallisten yritysten merkitystä erittelevässä kirjallisuudessa: tutkijat joko pyrkivät painottamaan monikansallisten yritysten merkitystä selostamalla niiden vaikutuksia valtioiden ja yksilöiden toimintaan yleisellä tasolla tai esittävät yksittäisiä esimerkkejä yritysten keinoista manipuloida muita toimijoita. Koska yritysten vaikutusta muihin toimijoihin on tutkittu vähän ja olemassa oleva tutkimus perustuu näihin lähinnä taloutta käsitteleviin esimerkkeihin, täydentää yritysten viestintäkeinojen, -tavoitteiden ja -tarpeiden kartoittaminen yritysten vallankäytön tutkimusta.

### **3.2. YRITYSTEN SUHDE VALTIOIHIN JA YKSILÖIHIN KANSAINVÄLISESSÄ YHTEISÖSSÄ: BUZANIN KOLMIJAKO**

Määritelläkseni monikansallisten yritysten roolin kansainvälisessä yhteisössä aloitan työn systeemiteorian tasolta tarkastelemalla ylikansallisten toimijoiden asemaa kansainvälisessä järjestelmässä. Luvuissa 3.3.–3.8. siirryn tarkastelemaan yksityiskohtaisemmin käsityksiä yritysten toiminnan seurauksista ja organisaatioiden vaikutusvallasta. Monikansalliset yritykset on mahdollista sijoittaa kansainvälisen politiikan tutkimus- ja teoriakenttään englantilaisen koulukunnan tutkimusperinteen kautta, joka on pyrkinyt selittämään ylikansallisten toimijoiden roolia kansainvälisessä politiikassa. Englantilaisen koulukunnan lisäksi myös globaalia kansalaisyhteisöä käsittelevä orientaatio tutkii ei-valtiollisten toimijoiden merkitystä kansainvälisessä politiikassa, mutta sen käsitys ylikansallisten toimijoiden vaikutusmahdollisuuksista on huomattavasti optimistisempi.

Suuryritysten roolia kansainvälisessä politiikassa voidaan määritellä Barry Buzanin (2004) kansainvälisestä järjestelmästä kehittämän teorian avulla, jonka pohjana Buzan käyttää englantilaisen koulukunnan varhaisempia teorioita sekä muita globaalia kansalaisyhteiskuntaa käsitteleviä teorioita. Buzanin järjestelmämalli jakaa kansainvälisessä politiikassa esiintyvät toimijat kolmeen yksikköön (unit), joita ovat valtiot, ylikansalliset toimijat sekä yksilöt. Buzan olettaa, että nämä kaikki kolme yksikkötyyppiä ovat jatkuvasti jossain määrin läsnä kansainvälisissä järjestelmissä, ja että jokainen osalualue muodostaa vähintään toimintaympäristön kahdelle muulle yksikölle. Jokin yksiköistä voi myös pisimmillään määrittää, mitkä toimintavaihtoehdot ovat mahdollisia toisille yksiköille. Järjestelmään kuuluviin ylikansallisiin toimijoihin voidaan lukea esimerkiksi yritykset, globaalit kansalaisjärjestöt sekä järjestäytynyt rikollisuus. (Emt., 93, 119, 134.) Risse-Kappenin (1995a, 10) mukaan pisimmälle institutionalisoituneita ylikansallisen toiminnan muotoja ovat juuri globaalit kansalaisjärjestöt sekä tutkimani monikansalliset yritykset, sillä ne koostuvat byrokraattisista rakenteista, joissa on määritelty tarkat toimintasäännöt sekä roolijako organisaation sisällä.

Buzan ei kuitenkaan kiistä sitä, että valtioita pidetään edelleen keskeisinä ja määräävinä toimijoina kansainvälisessä järjestelmässä, vaan hän pyrkii täydentämään aikaisempia järjestelmäteorioita määrittelemällä kansainväliseen järjestelmään kuuluvat ei-valtiolliset toimialueet. Sen perusteella, kuinka paljon vaikutusvaltaa yksiköillä järjestelmässä on, kulloistakin järjestelmää voidaan Buzanin (2004) mukaan nimittää joko valtioiden väliseksi yhteisöksi, kansainväliseksi yhteisöksi tai maailmanyhteisöksi. Valtioidenvälinen yhteisö kuvaa westfalenilaista yhteisöä, joka on sittemmin kehittynyt eteenpäin kansainväliseksi yhteisöksi valtioidenvälisten ja ylikansallisten toimijoiden

syntymisen myötä. Maailmanyhteisö taas on kehityssuunta, jota ei Buzanin mukaan ole toistaiseksi lainkaan saavutettu. (Emt.)

Koska erilaisia yksikkötyyppejä on kolme, kansainvälisiä sosiaalisia järjestelmiä löytyy Buzanin mallista myös kolme. Niitä ovat valtioiden keskinäiselle vuorovaikutukselle pohjautuva yhteisö, ylikansallisten toimijoiden välisestä vuorovaikutuksesta rakentuva yhteisö sekä yksilöiden muodostama yhteisö. Buzan myös puhuu kolmesta sosiaalisesta yhteisöstään monikossa, koska jaottelu ei koske vain globaalia tasoa, vaan se voidaan löytää samanaikaisesti myös alueellisissa muodoissa. (Emt., 120.) Sosiaalisia järjestelmiä ei tule samankaltaisuudesta huolimatta – tai juuri sen vuoksi – sekoittaa aiemmin käsiteltyjen kansainvälisen järjestelmien kanssa, sillä sosiaaliset järjestelmät ovat kulloisenkin vallitsevan järjestelmän sektoreita, eräänlaisia alalohkoja.

Buzanin kehittämän kolmijaon mukaisesti jokaisen yhteisön on toimittava niissä olosuhteissa, jotka kaksi muuta yhteisöä luovat. Tämä ei tarkoita sitä, että yhteisöt eivät voisi vaikuttaa toinen toisiinsa, sillä jokainen yhteisöistä voi jossain määrin muokata kahden muun toimijan luonnetta. Toimijat nähdäänkin sitoutuneena jatkuvaan kanssakäymiseen, johon sisältyy sekä keskinäisiä jännitteitä ja vastakkainasetteluja että vuorovaikutteista rakentumista. (Emt.) Toimijoiden välisistä (ja yhteisön sisäisistä) jännitteistä ja vuorovaikutuksesta kertoo esimerkiksi se, kuinka valtiot ja suuryritykset ovat ajan mittaan joutuneet jatkuvasti tasapainottelemaan keskinäisestä tehtävänjaostaan syntyneiden kiistojen kanssa (emt., 203). Toisaalta ympäristöasioissa ja ihmisoikeuskysymyksissä kansalaisjärjestöt ovat useaan otteeseen asettuneet vastakkain monikansallisten yritysten kanssa (esim. Risse-Kappen 1995a, 11–13). Tässä yhteydessä on kuitenkin pohdittava, sijoittuvatko kansalaisjärjestöt yksilöiden yhteisöön vai ylikansallisiin toimijoihin – tässä tapauksessa näkisimme kansalaisjärjestöt nimenomaan yksilöiden muodostamana painostusryhmänä.

Buzanin määrittelemien kolmen toimijayksikön väliset valtasuhteet siis vaikuttavat siihen, millainen järjestys kansainvälisessä politiikassa vallitsee ja millaiseksi kulloinenkin järjestelmä määritellään. Nykyisestä kansainvälisestä järjestelmästä voidaan Buzanin (2004, 209 ja 233) mukaan puhua jo kansainvälisenä yhteisönä valtioiden välisen yhteisön sijaan, sillä ylikansalliset toimijat ovat kasvattaneet vaikutusvaltaansa suhteessa valtioihin. Vaikutusvallan kasvaminen ei kuitenkaan tarkoita sitä, että muut toimijat olisivat tasa-arvoisia valtioiden kanssa, sillä valtiot määrittävät edelleen toiminnan poliittiset ja lailliset puitteet sekä antavat yksilöille ja ylikansallisille toimijoille oikeuden liikkua näissä valtioidenvälisen yhteisön asettamissa puitteissa. Yksilöt ja ylikansalliset toimijat nähdään näin pikemminkin osanottajina kansainvälisen yhteisön toiminnassa kuin sen jäseninä, ja niitä

pidetään kansainvälisestä oikeudesta riippuvaisina objekteina eikä itsenäisinä, oikeudellisina subjekteina. (Emt., 202.)

Buzan ei siis näe ylikansallisia toimijoita tasa-arvoisina valtioiden kanssa, vaan niiden toiminta on edelleen riippuvaista ja alisteista valtiolliselle päätöksenteolle. Sama koskee myös suuryrityksiä: niiden toimiresurssit riippuvat valtioiden tietoisesti tarjoamista mahdollisuuksista. Tämä ei kuitenkaan Buzanin mukaan tarkoita sitä, että valtiot kykenisivät muokkaamaan toisia yhteisöjä mielensä mukaan, sillä valtion toiminnallaan ajama muutos on parhaimmillaankin hidasta, ja se usein kohtaa myös voimakasta vastustusta. Valtioidenvälisen yhteisön ominaispiirteet kuitenkin sanelevat ylikansallisten toimijoiden toimintamahdollisuudet, eli kansainvälinen yhteisö on edelleen riippuvainen valtioista. Saavuttaessaan hiljalleen vaikutusvaltaa ylikansalliset toimijat voivat kuitenkin määrittää ja rajoittaa myös valtioiden välisen yhteisön toimintamahdollisuuksia. (Emt., 200–201.)

Buzanin kolmijaossa jokainen kolmesta yhteisöstä – valtiot, ylikansalliset toimijat sekä yksilöt – näyttäytyy suhteellisen homogeenisena sektorina. Järjestelmäteorian vaatima luokittelu ei kuitenkaan välttämättä käytännössä ole yhtä suoraviivainen. Buzan tarkentaakin, että yritykset, painostusryhmät ja muut samankaltaiset ylikansalliset toimijat ovat organisoituneempia paikallisesti kuin globaalilla tasolla (emt., 210–211). Nämä toimijat voivat kyllä Buzanin mukaan luoda kansainvälisen yhteisön maailmanlaajuisesti, mutta tällainen yhteisö tulisi toimijoiden monimuotoisuudesta johtuen olemaan erittäin ohut. Buzanin mukaan onkin kiinnostavampaa analysoida, kuinka ylikansalliset toimijat ovat vuorovaikutuksessa valtioiden yhteisön kanssa kuin tarkastella niiden keskinäisiä yhteistyöverkostoja. (Emt.) Tähän on lisättävä myös ylikansallisten toimijoiden ja yksilöiden muodostamien yhteisöjen välisen vuorovaikutuksen tarkastelu, sillä myös se on oleellinen näkökulma monikansallisten yritysten toimintaa käsiteltäessä.

Buzan päätyykin käsittelemään kolmen eri osa-alueen vuorovaikutussuhdetta pelkästään systeemiteorian tasolla, eikä pureudu tarkemmin valtiollisen ja ei-valtiollisen toiminnan yksityiskohtaiseen erittelyyn. Buzanin kolmijako on kuitenkin suuryritysten retoriikkaa tarkastellessa keskeinen määritelmä, sillä se nostaa esiin yritystoiminnan kannalta tärkeimmät osapuolet – valtion säätelijänä ja toiminnan suojelijana sekä yksilön kuluttajana, kansalaisaktivistina, asiakasyrityksiä muodostavana toimijana ja rahoittajana – sekä näiden kolmen yksikön – valtion, yrityksen ja yksilön – väliset jännitteet. Monikansalliset yritykset nähdään toimijoina, jotka ovat riippuvaisia valtioiden luomista ja säätelemistä resursseista, mikä korostuu myös suhteessa yritysten harjoittamaan retoriikkaan. PR-teorioiden kielellä ilmaistuna valtiot ja yksilöt ovat yrityksen tärkeimmät sidosryhmät



ja siksi yritysviestinnän keskeinen yleisö, jonka mielipiteisiin yritykset pyrkivät vaikuttamaan viestintäänsä sisältyvien retoristen käytänteiden avulla.

### **3.3. POLIITTISESTA JA TALOUDELLISESTA VALLASTA RAKENTEELLISEEN VALLANKÄYTTÖÖN: KANSAINVÄLINEN POLIITTINEN TALOUS**

Buzan (2004, 11) kritisoi edeltäjiään englantilaisessa koulukunnassa siitä, että he ovat jättäneet kansainvälisen poliittisen talouden (international political economy) liian vähälle huomiolle. Buzan ei itse laajemmin käsittele taloutta systeemiteoriassaan, mutta tekee joitakin havaintoja markkinoiden ja kansainvälisen politiikan instituutioiden välisestä suhteesta. Buzanin mukaan markkinat voidaan nähdä sekä mekaanisena rakenteena että instituutiona, jonka kaikki kolme yhteisöä muodostavat. Tämä tarkoittaa sitä, että jokainen kolmesta yhteisöstä kykenee vaikuttamaan markkinoiden suuntaan. (Emt., 196, 251.) Markkinat näyttävät siis politiikan osa-alueena, jossa sekä valtioiden, ylikansallisten toimijoiden että yksilöiden vaikutusvalta on keskeinen. Buzanin määritelmä markkinoista vahvistaa edellisessä luvussa esitettyä käsitystä yrityksen keskeisistä sidosryhmistä, kun ratkaisevan tärkeinä toimijoina markkinoiden osa-alueella nähdään yritysten lisäksi sekä valtiot että yksilöt.

Kansainvälinen poliittinen talous käsittelee pääosin valtioiden ja markkinoiden välistä suhdetta sekä realistisen tutkimusperinteen jalanjäljissä sitä, kuinka valta rakentuu kansainvälisessä järjestelmässä resurssien kautta. Susan Strange (1999, 24–25) jaottelee poliittisessa taloudessa harjoitetun vallan rakenteelliseen (structural) ja suhteelliseen (relational) valtaan. Realistisen koulukunnan mukaan suhteellinen valta tarkoittaa sitä, että toimija A saa toimija B:n tekemään jotakin, mitä tämä ei muuten tekisi. Rakenteellinen valta taas merkitsee toimijan kykyä määrittellä rakenteita - esimerkiksi globaalin poliittisen talouden rakenteita - jossa muiden valtioiden sekä valtion sisäisten instituutioiden ja yritysten täytyy toimia. Valtioiden ja suuryritysten välisessä kilpailussa pääroolia näyttelee Strangen mukaan yhä suuremmassa määrin juuri rakenteellinen vallankäyttö. (Emt.)

Rakenteellinen valta määrittelee siis valtioiden suhteita toisiin valtioihin, yksilöihin ja yrityksiin. Strangen mielestä jako suhteelliseen ja rakenteelliseen valtaan selittää paremmin vallan olemusta poliittisessa taloudessa kuin erottelu poliittisen ja taloudellisen vallankäytön välillä. Hänen mukaansa on mahdotonta omata poliittista valtaa ilman kykyä ostaa, hallita tuotantoa tai mobilisoida pääomaa. Toisaalta on myös mahdotonta ylläpitää taloudellista valtaa ilman poliittisen hallinnon lupaa tai laillista ja fyysistä turvallisuutta, jonka vain viranomaiset voivat taata. (Emt., 25.) Samalla Strangen teoria sivuaa luvussa 3.6. käsiteltävää kysymystä siitä, rajoittaako yritysten vallankäyttö valtiollista

suvereniteettia, sillä molempien toimijoiden kyky rakenteellisen vallan harjoittamiseen vaikeuttaa niiden välisten valtasuhteiden erottelua.

Rakenteellisen vallan teoriaan sisältyy näin myös ylikansallisten toimijoiden tunnustaminen kansainvälispoliittisesti merkittävinä toimijoina. Guzzini esittää, että rakenteellinen valta viittaa vallan hajaantumiseen sekä sen alkuperässä että sen seurauksissa. Vallankäytön seuraukset ovat jakaantuneet, koska globalisaatio sitoo toimijat ja yhteisöt yhteen. Valta on jakautunut myös alkuperältään, sillä valtio ei ole enää ainoa vallankäyttäjä kansainvälisissä suhteissa. (Guzzini 1998, 181.) Kansainvälisen poliittisen talousteorian voidaan tältä osin nähdä ottavan hieman etäisyyttä realistiseen koulukuntaan korostaessaan ei-valtiollisten toimijoiden merkitystä kansainvälisessä järjestelmässä.

Strange (1999, 26) jakaa rakenteellisen vallan neljään havaittavissa olevaan, mutta yhteenkuuluvaan rakenteeseen. Näitä ovat turvallisuuden, tuotannon, luoton sekä tiedon ja uskomusten hallinta. Näistä luotto eli rahatalous on Strangen mukaan noussut yhä merkittävämmäksi viimeisen kolmen vuosikymmenen aikana, ja siitä on tullut ratkaisevan tärkeä rakenne kansainvälisessä politiikassa sekä yritysten välisessä kilpailussa (emt., 30). Guzzinin mukaan Strange yhdistääkin rakenneajattelussaan useita kansainvälisen politiikan suuntauksia. Strange käsittelee turvallisuutta kuten perinteiset realistit, mutta toisaalta tuotannon rakenteita kuten marxilainen tutkimusperinne. Hän ottaa huomioon myös gramscilaisten teorioiden kaltaisesti tiedon valtarakenteen. Rahatalouden Strange taas näkee jääneen yleisesti hyljeksityksi kaikkien teorioiden taholta. (Guzzini 1998, 161.) Monia Strangen käsittelemistä alueista on pidetty osana sisäpolitiikkaa, mutta hän pyrkii Guzzinin mukaan osoittamaan tällaisen ajattelun olevan harhaanjohtavaa ja ymmärtämään globalisoituvan poliittisen talouden toimintaa laajemmin (emt., 177–178).

Monikansallisten yritysten retoriikkaa tarkasteltaessa mielenkiintoisessa valossa näyttäytyy etenkin Strangen käsitys tiedosta valtarakenteena. Tiedon asema rakenteellisen vallan muotona määrittyy, kun jokin toimijoista kykenee tuottamaan tietoa sekä sallimaan tai kieltämään pääsyn tähän muidenkin toimijoiden tärkeänä pitämään tai tavoittelemaan tietoon. Myös tietoverkkojen ja -kanavien hallinta on oleellista vallankäytön resurssina. Strangen mukaan tällaista rakenteellista valtaa on kuitenkin hankalampi hallita, ja se on kaikessa hienovaraisuudessaan vaikeasti saavutettavissa. (Strange 1999, 30.) Strangen käsitys tiedosta rakenteellisena valtana on kuitenkin edelleen realistisen perinteen kaltaisesti resurssipohjainen: oleellista on tietokanavien hallinta ja valvonta. Strange ei näin etene perusteellisemmin analysoimaan itse tiedon sisällön määrittelyä ja tämän määrittelyn vaikutusta muihin toimijoihin, joten näkökulma jää tältä osin puutteelliseksi.

Yhdessä tiedon kanssa kansainvälisessä poliittisessa taloudessa korostuu myös teknologian merkitys, joka vaikuttaa niin turvallisuuden, tuotannon kuin rahatalouden osa-alueilla. Strangen mukaan teknologiat uusien materiaalien ja tuotteiden synnyttämiseksi, geeniteknologia sekä erilaiset järjestelmät tiedot keräämiseksi ja varastoimiseksi avaavat ovia sekä rakenteelliselle että suhteelliselle vallankäytölle. (Emt., 31.) Näin myös ravinnontuotantoon keskittyvä bioteknologia voidaan nähdä merkittävänä resurssina kansainvälisessä politiikassa, mikä nousee selkeästi esiin myös Monsanto yhteiskuntavastuullista toimintaa käsittelevässä materiaalissa (luku 6). Toisaalta teknologian merkitys vallankäytön resurssina herättää myös kysymyksen siitä, nähdäänkö kyseisen osaamisen kuuluvan valtiolle vai yritykselle: kenen valtaa tieto ja teknologia kasvattavat?

Strangen käsitys rakenteellisesta vallasta korostaa monikansallisten yritysten roolia poliittisina toimijoina. Se nostaa esiin yritysten merkityksen omalla toimialueellaan ja myös globaalisti – tärkeää ei ole pelkästään se, kuinka yritykset toimivat valtioiden sisällä, sillä olennaista on myös niiden merkitys valtion toiminnalle keskeisten resurssien haltijoina. Näihin rakenteisiin kuuluu myös tiedon ja teknologian hallinta. Rakenteellisen vallan teoria korostaa Monsanto roolia ylikansallisena ja vaikutusvaltaisena toimijana, sillä yritys pyrkii pitämään valtioille keskeisiä elintarvike- ja osittain myös energiantuotannon voimavaroja hallussaan. Rakennetason tarkastelussa piilee kuitenkin se ongelma, että se ei tarkemmin määrittele toimijatason sosiaalista – ja kielellistä – kanssakäymistä, minkä vuoksi siirryn seuraavassa Alexander Wendtin käsityksiin rakenne- ja toimijatason välisestä suhteesta.

### **3.4. YKSILÖLLISTEN KÄSITYSTEN SUHDE KANSAINVÄLISEN POLITIIKAN RAKENTEeseen: ALEXANDER WENDTIN KONSTRUKTIVISMI**

Wendtin (1999, 17) mukaan pelkkä rakennetta koskeva teoria on liian epätarkka, jotta siitä voitaisiin johtaa hypoteeseja kansainvälisen järjestelmän toiminnasta. Wendt pyrkiikin korostamaan toimijoiden merkitystä rakenteeseen suhteutettuna, sillä hänen mukaansa vain yksilöiden toiminta ilmentää, uusintaa ja muuttaa rakenteita. Yksilöitä ei voida myöskään erottaa rakenteesta siksi, että ne ovat erottamaton osa sosiaalista toimintaa. Wendt päätyykin esittämään, että molempien, sekä toimijoiden että rakenteen, ominaisuudet ovat merkittäviä kansainvälisen järjestelmän toiminnan selittämiseksi. (Wendt 1987, 337–338, 345, 355.)

Wendtin ajatus tukee myös kieleen ja kielellisyyteen rakentuvaa valtaa, sillä hänen mukaansa vallan merkitys sekä toimijoiden intressien sisältö perustuu pääosin käsitysten muodostumiseen ja

olemassaoloon (Wendt 1999, 96). Tämä johtuu siitä, että toimijoiden on aina ensin määriteltävä kulloinenkin tilanne, ennen kuin he voivat valita tilanteeseen sopivan toimintatavan. Tässä määrittelyssä sosiaalisesti jaettu tieto näyttelee merkittävää roolia. Samalla jaettu tieto tekee vuorovaikutuksesta ennustettavaa ja vakiinnuttaa sosiaalisia järjestyksiä. Wendt pyrkii kuitenkin korostamaan, että vaikka tällainen vakiintuminen on tyypillinen suuntaus, se ei ole välttämätön lopputulos: ”konkretisoituneita sosiaalisia faktoja voidaan kyseenalaistaa ja ne voivat muuttua”. (Emt., 186, 189.)

Sosiaalisen toiminnan perustana kansainvälisessä järjestelmässä toimii Wendtin mukaan juuri jaettu tieto, joka hänen mukaansa johtaa näkemykseen myös kansainvälisen politiikan rakenteesta jakautuneena tietona. Konstruktivistien mukaan kansainvälinen järjestelmä perustuu tälle jaetulle tiedolle, joka vaikuttaa sekä valtioiden käytökseen että niiden identiteetteihin ja intresseihin. (Emt., 20, 31). Tämän tutkimuksen näkökulmasta voidaan olettaa, että käsitys koskee valtioiden lisäksi myös kansainvälisen järjestelmän muita toimijoita, eli ylikansallisia toimijoita ja yksilöitä. Wendt käyttää kansainvälisessä järjestelmässä vallitsevasta kulttuurista nimitystä ”itseään toteuttava ennustus”<sup>14</sup>, eli toimijat toimivat jaettujen odotusten perusteella, ja tämä toiminta taas tuottaa uudelleen näitä odotuksia. Saatuja käsityksiä siis tuotetaan uudelleen kanssakäymisessä – toimijoiden identiteetit eivät ole vain vuorovaikutuksessa opittuja, vaan myös ylläpidettyjä. (Emt., 42.)

Järjestelmän ei oleteta kuitenkaan olevan pysyvä, sillä muutoksen mahdollisuus löytyy Wendtin mukaan juuri odotusten uudelleentuottamisesta: nämä kulttuurisen uusintamisen prosessit voivat tuottaa rakenteellisen muutoksen. Toimijat ja rakenteet eivät ole näiden prosessien ulkopuolella, sillä ne ovat myös itse prosesseja: vaikka rakenteet ja toimijat hallitsevat prosesseja, ne eivät toimijoina ole ”valmiita”. Toimijoita identiteetteineen ja intresseineen määritetään jatkuvasti uudelleen, sillä ne ovat vuorovaikutuksen tuottamia ja muodostamia. (Emt., 42, 313, 316.) Prosessin käsite on samalla Wendtin vastaus toimijataso ja järjestelmätason välillä käytyyn debattiin (emt., 145), sillä sen avulla Wendt korostaa molempien merkitystä suhteessa kansainvälisen järjestelmän muodostumiseen.

Sosiaalisessa konstruktivismissa ei siis Wendtin mukaan ole kyse pelkästään idealismista, sillä myös strukturalismilla on roolinsa. Monet toimijoiden ominaisuuksista eivät ole olemassa ilman ulkoisia olosuhteita, ja rakenteilla on vaikutuksia, joita ei voi pelkistää toimijatasolle. Wendt esittääkin, että kansainvälisessä järjestelmässä on käsitteellisyyteen perustuva rakenne, joka sisältää kolme tekijää:

---

<sup>14</sup> “self-fulfilling prophecy”.

materiaaliset olosuhteet, intressit ja käsitykset. (Emt., 84, 139). Rakenne on riippuvainen yksilöiden tavoista, itseymmärryksestä ja intresseistä, mutta se myös vastavuoroisesti vaikuttaa siihen, kuinka yksilöt rakentuvat ja kuinka niiden toimintaa selitetään rakenteiden kautta. Wendtin mukaan sosiaaliset rakenteet ovat aina ihmisten toiminnan tarkoitettu tai tarkoittamaton tulos, ja samalla tämä toiminta taas edellyttää rakenteita tai toimii niiden välityksellä. Wendt kuvaakin rakenteen ja toimijat toisiaan rakentavina ja määrittävinä, mutta kuitenkin ontologisesti erillisinä kokonaisuuksina. (Wendt 1987, 359–360.)

Wendtin teoria nostaa näin yhteisten käsitysten muodostumisen rakenteen rinnalle osana kansainvälisen järjestelmän toimintaa. Ajatus korostaa yhteiskunnallisten käsitysten määrittelyyn osallistumista avaimena rakenteelliseen vallankäyttöön: toimijoilla on retorisen käsitteenmäärittelyn myötä mahdollisuus vaikuttaa siihen, millaiseksi kansainvälisen järjestelmän toimintakulttuuri muodostuu. Viestinnällään yritykset kykenevät näin käyttämään valtaa kansainvälisessä järjestelmässä, sillä pyrkimällä määrittelemään muiden toimijoiden odotuksia ja käsityksiä ne vaikuttavat näiden toimintaan ja samalla omiin toimintamahdollisuuksiinsa. Vaikuttamalla yhteisesti jaettuun tietoon yritykset voivat vahvistaa tai määrittää uudelleen kansainvälisessä järjestelmässä vakiintuneita valtarakenteita.

### **3.5. MONIKANSALLISTEN YRITYSTEN VAIKUTUSVALLAN ILMENTYMIÄ**

Siitä huolimatta, että Buzan pyrkii korostamaan valtiotoimijoiden ensisijaisuutta, monikansalliset yritykset näyttelevät hänen mukaansa yhä merkittävämpää roolia liberaalissa kansainvälisessä yhteisössä. Koska liberalismi mittaa poliittista legitimitettä ja valtion varallisuutta kestävän taloudellisen kasvun kautta, ylikansalliset toimijat – korostetusti myös monikansalliset yritykset – määrittävät osaltaan keskeisten kapitalististen talouksien varallisuutta, valtaa ja legitimitettä. (Buzan 2004, 261.) Tämä tarkoittaa sitä, että monikansalliset yritykset kykenevät vaikuttamaan siihen, millaisena kunkin valtion asema käsitetään kansainvälisessä yhteisössä. Lisäksi ulkomaisten sijoitusten määrän nopea kasvu viestittää monikansallisten yritysten yhä suuremmasta läsnäolosta teollistuneiden valtioiden sisäisillä markkinoilla (Doremus ym. 1998, 83), mikä viittaa yritysten käyttämään poliittiseen vaikutusvalttaan.

Stopfordin ja Strangen (1995, 1–2) mukaan kasvavan keskinäisriippuvuuden myötä myös valtioiden ja yritysten välinen kilpailu oman aseman turvaamiseksi maailmantaloudessa on kiristynyt. Tästä johtuen yritykset sekaantuvat suuremmassa mittakaavassa hallitusten toimintaan kuin aiemmin, ja valtiot ovat huomanneet olevansa yhä riippuvaisempia yritysten hallitsemista luonnonvaroista. Tämä on Stopfordin

ja Strangen mukaan johtanut siihen, että valtiot eivät enää neuvottele pelkästään keskenään, vaan niiden täytyy neuvotella myös ulkomaisten yritysten kanssa. (Emt.) Yritykset nähdään näin toimijoina, jotka kykenevät ottamaan kantaa niihin kysymyksiin, jotka aiemmin nähtiin yksinomaan valtioiden välisen toiminnan osa-alueina. Samalla muutos on Stopfordin ja Strangen (emt.) mukaan moninkertaistanut valtioille ja yrityksille tarjolla olevat toimintavaihtoehdot ja tehnyt erilaisten osa-alueiden hallinnan huomattavasti monimutkaisemmaksi. Toisin sanoen ylikansallisten toimijoiden osallistumisen voidaan nähdä monimutkaistavan perinteistä maailmanpolitiikkaa, mitä korostetaan yleisesti myös globaalia kansalaisyhteiskuntaa ja globalisaatiota käsittelevien teorioiden yhteydessä.

Myös Watson (2005, 200) näkee monikansallisten suuryritysten merkityksen kasvun vaativan valtiolta sopeutumista. Hänen mukaansa kilpailuvaatimukset koskivat menneisyydessä ainoastaan yrityksiä, eli yritysten katsottiin olevan joko kilpailukykyisiä ja menestyviä tai kilpailukyvyttöminä taipuvaisia kaatumaan. Nyt kilpailuvaatimukset ovat kuitenkin siirtyneet yrityksen tasolta kansallisen talouden tasolle: yrityksen itsensä ei välttämättä enää tarvitse olla kilpailukykyinen, sillä kilpailukykyyn liittyvät kysymykset ovat siirtyneet koskemaan yrityksen toimintaympäristöä (emt.), eli valtioita ja yksilöiden muodostamia yhteisöjä. Kiinnostavina sijoituksen kohteina näyttäytyvät yhä suuremmassa määrin ne alueet, jotka esimerkiksi kykenevät tarjoamaan ammattitaitoisia työntekijöitä ja toimivan infrastruktuurin. Nämä yritystoiminnan asettamat vaatimukset vaikuttavat lopulta valtioiden toimintaan, eli siihen, kuinka valtiot kohdentavat resurssejaan houkutellessaan uusia investointeja. (Stopford & Strange 1995, 2.) Toisaalta taloudellisesti heikompien maiden on vaikeampi näyttäytyä luotettavina ja kannattavina kohteina kansainvälisten sijoittajien silmissä, jotka hallitsevat merkittävää osaa rahoitusmarkkinoista (Guzzini 1998, 179).

Roachin (2005, 19) mukaan nykyiset monikansalliset yritykset erottaakin aiemmista suurista yrityksistä juuri niiden korkea liikkuvuus etsittäessä alhaisempia tuotantokustannuksia. Tämä kansainvälinen liikkuvuus tarkoittaa, että yritykset kykenevät asettamaan valtiot vastakkain saavuttaakseen mahdollisimman suosiollisen ympäristön toiminnalleen. Yritykset voivat käyttää vaikutusvaltaansa esimerkiksi hankkiakseen tukiaisia, vähentääkseen verotaakkaansa ja muokatakseen toimintasääntöjä. Yritysten vaikutusvalta tulee esiin myös siinä, kuinka valtiot kilpailevat keskenään veroasteiden avulla. (Emt., 30 ja 35.)

Ylikansallisten toimijoiden valtaistumisen voidaan nähdä asettavan haasteita valtiotoiminnan lisäksi myös ihmisten väliselle yhteisölle. Guzzini (1998, 179) esittää, että globalisaatio on laskenut esimerkiksi työntekijöiden mahdollisuuksia neuvotella työolosuhteidensa parantamisesta. Uhkana on

työntekijöiden vaatimusten myötä paitsi tuotannon siirtäminen toisaalle, myös potentiaalisten sijoittajien kiinnostuksen lasku aluetta kohtaan sekä rahoittajien mahdollinen perääntyminen (emt.). Yritykset myös tekevät Roachin mukaan (2005, 30) sopimuksia ulkoisten alihankkijoiden kanssa, mikä tarkoittaa, että ne voivat siirtää nopeasti toimintansa muualle paikallisen kustannustason muuttuessa, sillä yritykset eivät tällöin ole itse investoineet suoraan kohdemaihin. Samalla yritykset kykenevät myös kiertämään vastuuta kunnollisista työoloista ja ympäristöstandardien täyttämisestä esittämällä, että niistä huolehtiminen on joko jaetusti tai yksin alihankkijan velvollisuus. Yritykset hyötyvät taloudellisesti tällaisesta joustavuudesta, mutta toisaalta se voi pahentaa sosiaalisia ja ympäristöön liittyviä negatiivisia ilmentymiä. (Emt.) Goodwinin (2005, 140) mukaan monikansallisten yritysten toiminta aiheuttaakin sekä moninaisia taloudellisia hyötyjä että sosiaalisia kustannuksia, joiden seuraukset ulottuvat yritysten omien toiminta-alueiden ulkopuolelle.

Yritystoiminnan vaikutuksia eriteltäessä ongelmana näyttäytyy myös se, että yritykset eivät yhdenmukaista toimintaperiaatteitaan kansainvälisellä tasolla, eikä niiden toiminta luo selkeitä mekanismeja regiimien muodostamiseksi. Sen sijaan kiristynyt kilpailu yritysten välillä korostaa kansallisten toimintasääntöjen eroavaisuuksia sekä sääntelyn puutetta kansainvälisellä tasolla lisäten samalla paineita poliittiseen yhteistyöhön. (Doremus ym. 1998, 145–147.) Yritysten toiminnan valvonta on nähty ongelmallisena, koska alueelliseen lainsäädäntöön perustuva valtioidenvälinen järjestelmä ja monikansallisten yritysten kansainvälinen toimintaympäristö ovat epäsymmetrisiä keskenään (Kobrin 2005, 223). Lainsäädännöllinen epäsymmetria tarkoittaa myös sitä, että koska yritykset toimivat usean valtion alueella, niitä on mahdotonta kontrolloida täysin, eikä valtioilla ole missään vaiheessa täydellistä tietoa yritysten toiminnasta (Kobrin 2001, 186–187). Ongelmaan ehdotetut ratkaisut käsittelevät tämän vuoksi usein juuri kansainvälisen yhteistyön lisäämistä (Kobrin 2005, 223).

Lainsäädännöllistä epäsymmetriaa koskeva kritiikki on Kobrinin mukaan kuitenkin rakenteellista ja systeemipohjaista, eikä se valtioihin kohdistuvana aseta yritystä tai sen johtoa vastuuseen toiminnastaan (emt.). Tällöin kritiikki suuntautuu nimenomaan poliittiseen toimintaan eikä yritysten toiminnan mahdollisesti epäeettisiin lähtökohtiin. Myös Jacksonin (2003, 114) mukaan systeemiteorioiden heikko kohta on siinä, että niiden huomio ei ole keskittynyt yksityiskohtiin, kuten suunnitelmiin, toimijoihin ja heidän ajatuksiinsa. Kritiikki systeemiteorioita kohtaan pätee myös monikansallisten yritysten toiminnasta käytävään keskusteluun, sillä systeemitasen teoriat häivyttävät

taustalle yritysjohtajien tietoiset päätökset ja heidän ensisijaisen vastuullisuutensa yritysten toiminnasta.

Tässä luvussa läpikäyty toiminta- ja vaikutusmahdollisuudet auttavat hahmottamaan yritysten toiminta-aluetta ja tuovat esiin yrityksen sekä valtio- ja yksilötoimijoiden välisen jännitteen järjestelmätason tarkastelua yksityiskohtaisemmin. Edellä esitetyt vaikutuskeinot – resurssit, tuotantokustannusten kilpailuttaminen, työllistämisaikutukset ja alueellinen sitoutumattomuus – suhteessa muihin kansainvälisen yhteisön jäseniin, eli valtioihin ja yksilöihin avaavat myös Monsanto mahdollisuuksia toimijana. Samalla ne luovat toiminnallisen kehyksen, jonka kautta Monsanto yhteiskuntavastuuretoriikkaa on mahdollista tarkastella.

### **3.6. RAJOITTAVATKO MONIKANSALLISET YRITYKSET VALTIOLLISTA SUVERENITEETTIA?**

Monikansallisten suuryritysten voidaan nähdä olevan ristiriidassa valtiotoimijoiden kanssa, sillä niillä on Buzanin (2004, 259–261) mukaan taipumus tehdä valtiot ontoiksi ja kaventaa niiden toimivaltaa eri osa-alueilla. Monikansallisten toimijoiden on nähty myös rajoittavan valtiollista suvereniteettia tai jopa ohittaneen valtiot kansainvälisen yhteisön hallitsevana toimijana. Huolimatta siitä, että kansainvälisepoliittinen tutkimus korostaa valtioiden merkitystä ensisijaisina toimijoina, osa tutkijoista nostaa monikansalliset yritykset toimijoina valtioiden yläpuolelle.

Kobrinin (2005, 226) mukaan osa yritysten monikansallistumista käsittelevistä teorioista olettaa, että yritykset olisivat johtavia poliittisia toimijoita. Tämä tarkoittaa sitä, että taloudellinen – ja myös jossain määrin poliittinen – päätöksenteko olisi siirtynyt kansallisilta hallituksilta niille kansainvälisille instituutioille, joita suuryritykset hallitsisivat maailman kauppajärjestön WTO:n ja kansainvälisen valuuttarahaston IMF:n kaltaisten toimijoiden kautta. Yritysten valtaa lisää käsityksen mukaan myös se, että yksityisen sektorin ote kansainvälisestä politiikasta on kasvanut. Edellä mainitut järjestöt sekä NAFTA:n kaltaiset sopimukset nähdään keinoina institutionalisoida yhä laveampia erioikeuksia ja vapauksia monikansallisten yritysten toiminnalle. (Emt.) Tällöin yritykset nähdään toimijoina, jotka pyrkivät ohittamaan – tai ovat jo ohittaneet – valtiot kansainvälisen järjestelmän hallitsevina osapuolina. Näkökulma asettaa haasteen käsitykselle valtiollisesta suvereniteetista: kaventaako suuryritysten toiminta valtiollista suvereniteettia, jos yritykset kykenevät ohjailemaan valtiollista päätöksentekoa?



Kobrinin (2001, 183) mukaan tultaessa 2000-luvulle suvereniteetista on tullut problemaattinen käsite, sillä globalisaation on nähty vaativan kompromisseja etenkin alueelliselta suvereniteetilta. Teknologian kehitys ja sen käytön kiihtyvä laajeneminen, maailmantalouden linkittyminen elektronisesti sekä ylikansallisten toimijoiden ja kansainvälisen kansalaisyhteiskunnan merkityksen kasvu ovat tehneet monikansallisista yrityksistä keskeisiä toimijoita globalisaatioprosessissa (emt.). Lisäksi Chandlerin ja Mazlishin (2005, 240) mukaan monikansalliset yritykset eivät yksin ylitä kansallisia rajoja ja samalla kyseenalaista kansallisvaltion suvereniteettia, vaan myös muut globalisaatiokeskusteluun kuuluvat tekijät vaikuttavat samaan suuntaan. Mutta yritysten vaikutusvallan kasvusta huolimatta Kobrin (2001, 185) kuitenkin pyrkii korostamaan, että perinteiset monikansalliset yritykset eivät ole vaarantaneet suvereniteettia perustavalla tavalla. Hänen mukaansa yritysten toiminta on rajoittanut autonomiaa ja hallintakykyä ja näin samalla asettanut joitakin rajoituksia suvereniteetin käyttämiseksi valtion sisällä. Näistä rajoituksista huolimatta monikansallisten yritysten toiminta on kuitenkin myös vahvistanut valtion suvereniteettia tukevaa järjestelmää kansainvälisessä yhteisössä, eli rajattua alueellistumista, rajoja sekä alueellista hallintoa. (Emt.)

Jackson (2003) taas vastustaa koko ajatusta, että monikansalliset yritykset voisivat ylipäättään vaikuttaa valtiolliseen suvereniteettiin: suvereenin valtion etusija ei ole sosiologinen kysymys, eikä siinä tarkastella vaikutusvaltaa. Kyse on sen sijaan perustuslaillisesta lähtökohdasta eli normista, jonka mukaan kansainväliset suhteet muodostuvat valtioidenvälisestä yhteisöstä. Suvereniteetti on näin kansainväliseen oikeuteen kuuluva ominaisuus, joka suodaan vain valtiolle. Ylikansalliset toimijat kyllä pyrkivät vaikuttamaan valtioiden harjoittamaan politiikkaan ja kansainvälisiin suhteisiin, mutta ne eivät voi vaatia itselleen valtioille kuuluvaa suvereniteettia eli laillista määräysvaltaa. Jackson ei tarkoita, etteivät erilaiset intressiryhmät olisi merkittäviä, vaan korostaa, että ero on kategorinen ja fundamentaalinen. Hänen mukaansa väitteet, joiden mukaan globaali kansalaisyhteisö olisi syrjäyttämässä suvereenille valtiotoiminnalle perustuvan globaalien kansainvälisen yhteisön, tulkitsevat väärin kansainvälisen yhteisön luonteen: ylikansalliset toimijat ja valtiot eivät esiinny rinnakkain, eivätkä ole tasa-arvoisia keskenään. (Emt., 107–109.)

Jacksonin mukaan suvereenin valtion olemassaolo on myös perusedellytys ylikansallisten toimijoiden olemassaololle. Ylikansallinen toiminta edellyttää suvereenien valtioiden ja valtioyhteisön olemassaoloa sekä siihen kuuluvia toimintoja, kuten alueellista lainsäädäntöä, kansainvälistä oikeutta sekä alueellisia rajoja. Samalla valtiosysteemi avaa vapaan poliittisen tilan ylikansalliselle toiminnalle ja tuo vakautta, jolloin yritykset voivat toimia kansallisten rajojen ulkopuolella ja globaalisti. Ilman

kansainvälistä rauhaa ja järjestystä ylläpitävää valtiojärjestelmää tämä olisi huomattavasti hankalampaa. Lisäksi ylikansallisilta toimijoilta puuttuu ratkaisevan tärkeät keinot – alue ja suveriniteetti – toimiakseen yksin ja itsenäisinä valtioiden hallinnasta. (Emt., 107–108.)

Jackson vertaakin kansalaisjärjestöjen toimintaa kansainvälisessä politiikassa intressiryhmien ja lobbaajien asemaan valtioiden sisäpoliittisissa järjestelmissä: hänen mukaansa ylikansalliset toimijat on parasta käsittää kansainvälisinä lobbaajina, jotka pyrkivät vaikuttamaan valtioiden ulkopoliikkaan ja valtioyhteisön käytäntöihin. Nämä toimijat tunnustavat valtiollisen suveriniteetin olemassaolon, mutta yrittävät samalla vaikuttaa valtioiden toimintaan. Ne eivät yritä syrjäyttää valtiojärjestelmää, sillä se olisi tuhoisaa myös niille itselleen. Ylikansalliset toimijat kyllä kykenevät muokkaamaan julkista mielipidettä valtioiden sisällä tai niiden välillä ja toimimaan oman alansa mielipidejohtajina, mutta niillä ei ole määräysvaltaa kansallisesti tai kansainvälisesti kuin omiin jäseniinsä. (Emt., 108–111.) Myös Wendt (1999, 9) näkee valtiot ensisijaisena toimijana: hänen mukaansa ei-valtiolliset toimijat voivat olla valtioita merkittävämpiä aloitteentekijöitä muutokselle, mutta kansainvälisen järjestelmän muutos tapahtuu viime kädessä silti valtioiden kautta.

Toisaalta suveriniteettikeskustelun on kritisoitu myös aliarvioivan ylikansallisten toimijoiden vaikutusvaltaa. Chandlerin ja Mazlishin (2005, 240) mukaan johtopäätökset ”valtion katoamisesta” vievät heidän mukaansa keskustelun väärään suuntaan, sillä sen sijaan tulisi kysyä, mitä varsinaisia suveriniteettia tukevia tai heikentäviä vaikutuksia monikansallisten yritysten toiminnalla on valtioiden kannalta, ja mikä rooli valtioilla itsellään on monikansallisten yritysten toiminnan laajenemisessa. Myös Kobrin (2001, 190) pyrkii korostamaan, että päädyttiin suveriniteettikeskustelussa sitten mihin ratkaisuun tahansa, monikansalliset yritykset ovat joka tapauksessa keskeisiä toimijoita globaalin keskinäisriippuvuuden synnyttämisessä ja niiden kasvava merkitys rajoittaa valtion määräysvaltaa talouskysymyksissä. Onkin syytä muistaa, että vaikka kysymys valtiollisen suveriniteetin rapautumisesta monikansallisten yritysten toimintaa tutkittaessa on tärkeä, sen ei tulisi väheksyä tai liioitella yritystoiminnan vaikutuksia kansainväliseen yhteisöön. Suveriniteetista käydyn keskustelun tarkoituksena onkin tässä tutkimuksessa korostaa sitä kasvavaa jännitettä, jonka monikansallisten yritysten vaikutusvallan tiedostaminen luo valtioiden ja yritysten välille.

### **3.7. MONIKANSALLINEN YRITYS – AMERIKKALAINEN MYYTTI?**

Siitä huolimatta, että monikansallisten yritysten on nähty rajoittavan valtioiden vaikutusvaltaa ja jopa radikaaleimpien olettamusten mukaan ohittaneen valtiot kansainvälisen politiikan keskeisinä

toimijoina, monikansallisten yritysten toiminta globaalilla tasolla voidaan myös kyseenalaistaa. Monikansallisina pidettyjen yritysten toiminnassa voidaan nähdä säännönmukaisuuksia, jotka johtuvat niiden vahvasta kansallisesta taustasta, mistä johtuen yrityksiä ei toimijoina välttämättä voi pitää globaaleina tai monikansallisina. Doremus ym. (1998), jotka ovat tutkimuksessaan vertailleet yhdysvaltalaisia, saksalaisia ja japanilaisia yrityksiä, kyseenalaistavat globaalin yrityksen olemassaolon. Heidän mukaansa kullekin valtiolle ominaiset kansalliset instituutiot ja ideologiat muokkaavat yritysten rakennetta: taloudellisten instituutioiden luonne, toimintatavat sekä liiketoimintasuhteiden historialliset ja ideologiset perustat heijastavat perustavanlaatuisia eroavaisuuksia yhteiskunnallisissa arvoissa ja maailmankatsomuksissa yritysten välillä. Tästä johtuen kullekin kansallisuudelle ominaiset perustat leimaavat myös yritysten ulkoista käytöstä. (Emt., 83, 139, 144.)

Yritystoiminnan paikallisten lähtökohtien lisäksi myös kotimaiset hallitukset vaikuttavat Doremuksen ym. mukaan merkittävästi yritysten innovaatiostrategioihin ja voimavaroihin. Vallankäyttö välittyy usein epäsuoria kanavia pitkin esimerkiksi verotukseen, patenttioikeuksiin, kartellitoimintaan sekä kilpailuun liittyvänä lainsäädäntönä. Lisäksi myös valtion hankintapolitiikka sekä koulutusta, tiedettä, liikennettä ja kommunikaatioväyliä koskevat päätökset ovat olennaisia yritysten kannalta. (Emt., 60–61.) Tämä nostaa esiin kysymyksen, tulisiko suuryrityksiä tutkia monikansallisten toimijoiden sijasta kotimaisina toimijoina, jotka tekevät kiinteää yhteistyötä valtiollisen hallinnon kanssa.

Myös Chandler ja Mazlish (2005, 6) pyrkivät korostamaan, että lähes kaikkien monikansallisten yritysten johtokunnat koostuvat yksinomaan samaa kansallisuutta edustavista jäsenistä, mikä osaltaan kyseenalaistaa käsitykset suuryritysten globaaleista toimintamalleista. Toisaalta voidaan myös esittää, että kansainvälisesti toimivat yritykset eivät edes halua nähdä itseään globaaleina monikansallisina yrityksinä siinä mittakaavassa, jonka termi sisältää. Doremuksen ym. (1998, 143) mukaan etenkin japanilaiset, mutta myös saksalaiset yritykset näyttävät vastustavan niille ominaisten kansallisten arvojen ja instituutioiden heikkenemistä. Ne myös pitävät yhdysvaltalaisiin yrityksiin verrattuna suuremmassa merkityksessä kansallisia identiteettejään sekä selkeää panostusta kansalliseen ja alueelliseen hyvinvointiin. Japanilaisilla ja saksalaisilla yrityksillä on myös Doremuksen ym. mukaan realistisempi käsitys siitä, kuinka muu maailma voi sopeutua niille ominaisiin organisaation sisäisiin käytäntöihin ja toimintatapoihin, kun taas yhdysvaltalaisien monikansallisten yritysten johtajilla on usein ongelmia juuri kansallista yritysidentiteettiä koskevien kysymysten kanssa. Doremus ym.

pitävätkin tätä ongelmaa erityisesti ja tyypillisesti amerikkalaisena<sup>15</sup>. Samalla he päätyvät toteamaan, että globaali suuryritys on enimmäkseen amerikkalainen myytti. (Emt.)

Doremus ym. kuvaavatkin yritysten monikansallistumista prosessina, jossa kansallisina pysyneet suuryritykset ja samalla yritysten toiminnan pohjalla olevat innovaatio- ja investointijärjestelmät sijoittuvat toinen toistensa kotimarkkinoille. Yritykset sopeutuvat toimintaympäristöihinsä tehdäkseen tuotteensa ja kaupankäyntitapansa yhdenmukaisiksi paikallisten mieltymysten kanssa tai hankkiakseen etulyöntiaseman toisilla markkinoilla tai kotimarkkinoilla. (Emt., 144.) Tästä johtuen yritykset ovat perustaltaan yhä kansallisia suuryrityksiä siitä huolimatta, että ne toimivat globaalilla tasolla. Doremus ym. näkevät myös, että tarve yritysten vaikutusvallan vähentämiseen vaihtelee valtiosta toiseen: ne valtiot, joilla ei vahvaa teollisuus pohjaa, ovat huolissaan suuryritysten ja suurten valtioiden vallan kasvusta (emt., 148). Keskustelu suuryritysten merkityksestä kansainvälisessä politiikassa liittyy näin kiinteästi myös valtioiden väliseen valtakamppailuun. Tämä tulee esiin laajalti myös muualla monikansallisia yrityksiä käsittelevässä kirjallisuudessa: yritysten toiminta ja niiden käyttämän vaikutusvallan laajuus kehittyvissä maissa on keskeinen tarkastelun kohde useissa tutkimuksissa.

Monikansallisten yritysten näkeminen kansallisina toimijoina, joiden toimialue on globaali, tuo uuden näkökulman myös suvereniteettikeskusteluun. Tällöin vallan siirtyminen yrityksille olisi valtion sisäinen asia, eikä sillä olisi globaalia mittakaavaa (emt.). Tämä ei kuitenkaan poista sitä käytännön seikkaa, että monikansalliset yritykset neuvottelevat globaalien toimijoiden, kuten WTO:n kanssa, joten niiden toiminnan sääntelyn liittäminen osaksi sisäpolitiikkaa vääristää yritysten vaikutusvaltaa globaalilla tasolla: yritykset kykenisivät itse vaikuttamaan kansainvälisillä keskustelufoorumeilla yhteisten toimintasääntöjen muodostamiseen, mutta keinot niiden toiminnan sääntelemiseksi globaalisti vähenisivät merkittävästi.

Monikansallinen yritys -termin kohtaamasta kriittistä huolimatta käytän käsitettä tässä tutkimuksessa, sillä se on vakiintunut tarkoittamaan globaalilla tasolla toimivia suuryrityksiä. Määrittelen termin kuitenkin Doremuksen tavoin koskemaan kansainvälisellä tasolla toimivaa suuryritystä, jonka toimintaan vaikuttavat yrityksen kansallinen identiteetti sekä kotimaan kulttuurinen, taloudellinen ja poliittinen ympäristö – ja PR-materiaalia tutkittaessa korostetusti myös julkinen mielipide sekä kotimaassa että kansainvälisellä tasolla. Monsanto tapauksessa tämä tarkoittaa, että yrityksen

---

<sup>15</sup> Doremus ym. käyttävät tutkimuksessaan termiä ”American”, jolla he viittaavat yhdysvaltalaiseen kulttuuriin.

toimintaan vaikuttavat voimakkaasti muuan muassa yhdysvaltalainen markkina-ajattelu, paikallinen poliittinen ympäristö ja yhdysvaltalaiselle kulttuurille ominaiset käsitykset globaalista hyvinvoinnista.

### **3.8. VALTION SISÄISTEN RAKENTEIDEN MERKITYS GLOBAALIEN SUURYRITYSTEN TOIMINNASSA**

Risse-Kappenin (1995a, 25) mukaan eroavaisuudet valtioiden sisäisissä rakenteissa on se tekijä, joka määrittelee ylikansallisten toimijoiden vaikutusmahdollisuuksia yhtenevissä kansainvälisissä olosuhteissa. Monikansallisten yritysten saavuttama vaikutusvalta vaihtelee merkittävästi riippuen valtioiden sisäisistä eroavaisuuksista, ja keskeisessä asemassa näyttäisi olevan kunkin valtion poliittinen kulttuuri, joka usein toimii myös vastavoimana kapitalistiselle taloudelle (Risse-Kappen 1995b, 306). Risse-Kappenin käsitys valtion poliittisesta kulttuurista etenee näin Buzanin järjestelmäteoriasta alemmas toimijatasolle, eli Risse-Kappen määrittää yksittäisten poliittisten ryhmittymien kykenevän vaikuttamaan yritysten toimintamahdollisuuksiin.

Kyetäkseen muuttamaan poliittista päätöksentekoa haluamaansa suuntaan yrityksen on Risse-Kappenin mukaan sekä päästävä osaksi valtion poliittista järjestelmää että liityttävä johtaviin poliittisiin koalitioihin tai luotava uusia koalitioita, ja mahdollisuuksia tähän määrittävät juuri valtion sisäiset rakenteet. Kansalliset hallitukset päättävät viime kädessä, sallitaanko ulkomaisten toimijoiden päästä maahan ja ajaa tavoitteitaan yhdessä kotimaisten toimijoiden kanssa. Hallituksilla on näin huomattava liikkumavara mahdollistaa tai rajoittaa ylikansallista toimintaa. (Risse-Kappen 1995a, 25.) Tämä vaikuttaa myös yritysten viestintään, sillä ne voivat PR-materiaalinsa avulla sekä houkuttaa mahdollisia yhteistyökumppaneita että painostaa valtioita laajentamaan yrityksen toimintamahdollisuuksia sekä paikallisella tasolla että ylikansallisen päätöksenteon suhteen.

Kansainvälisten regiimien ja järjestöjen perustaminen voi osaltaan helpottaa ylikansallisten toimijoiden pääsyä kansallisiin poliittisiin järjestelmiin, jota valtioiden sisäiset rakenteet saattaisivat muussa tapauksessa rajoittaa. Risse-Kappenin mukaan sisäänpääsy ei suoraan takaa vaikutusvaltaa, mutta mitä enemmän jotakin tiettyä alaa säädellään kansainvälisellä yhteistyöllä, sitä ohuemmiksi valtioiden väliset rajat muuttuvat ylikansallisen toiminnan kannalta. Lisäksi ylikansallisten toimijoiden tekemiä vaatimuksia kansallisen politiikan muuttamiseksi voidaan legitimoida ja vahvistaa kansainvälisten regiimien asettamien normien avulla. Kun nämä normit sisältyvät kansalliseen keskusteluun, normien noudattamista tukevien ylikansallisten toimijoiden on todennäköisesti helpompi löytää liittolaisia

valtion sisällä. Toisaalta taas niiden ylikansallisten toimijoiden, jotka vastustavat näitä normeja ja sääntöjä, nähdään olevan huonossa asemassa koalitioiden muodostamiseen. (Emt., 7, 31–32.)

Ylikansalliset ja valtioidenväliset koalitiot näyttävätkin Risse-Kappenin (1995b, 299) mukaan olevan tärkeimpiä tekijöitä edistämään, tulkitsemaan ja vahvistamaan kansainvälisiä regiiminormeja, sääntöjä sekä päätöksentekokäytäntöjä. Samanaikaisesti nämä normit ovat omiaan kasvattamaan ylikansallisten toimijoiden valtaa sekä legitimoimaan niiden toimintaa, jolloin myös ylikansallisten toimijoiden vaikutusvalta suhteessa valtioihin kasvaa. Huolimatta siitä, että normit kyseenalaistettaisiin valtion sisäisessä keskustelussa, regiimejä tukevat ylikansalliset koalitiot ovat yleensä etulyöntiasemassa: ne voivat näyttäytyä tahona, jolla on oikeus tulkita, mikä on regiimien ja normien mukaista käytöstä. Tämä ei takaa ylivaltaa valtion sisäisessä keskustelussa, mutta yhdenmukaisuus vaatimusten ja kansainvälisten normien välillä kasvattaa ylikansallisten toimijoiden poliittista vaikutusvaltaa. (Emt.)

Ylikansallisia toimijoita tarkastellessa on tärkeää huomioida myös niiden toimiareena. Risse-Kappenin (1995a, 28–29) mukaan on selvää, että ne ylikansalliset koalitiot, jotka kykenevät vaikuttamaan suurvaltoihin merkittävillä kansainvälisen politiikan osa-alueilla, ovat selkeästi muita toimijoita vaikutusvaltaisempia. Näin myös Risse-Kappen näkee ylikansallisten toimijoiden merkityksen syntyvän osittain valtiojärjestelmän kautta; toimijat ovat merkittäviä silloin, kun ne kykenevät vaikuttamaan voimakkaimpien valtioiden toimintaan.

Valtioiden sisäiset rakenteet korostuvat tarkastellessa Monsanto toimintaa, sillä bioteknologia-alalla toimivana yrityksenä sen toimintaintresseissä on vaikuttaa kansallisiin lainsäädäntöihin oman toiminta-alueensa laajentamiseksi, sillä geenimuunneltua elintarviketuotantoa on rajoitettu globaalilla tasolla. Lähtökohtaisesti voidaankin olettaa, että Monsanto pyrkii yhteiskuntavastuumateriaalinsa avulla puhuttelemaan valtioita ja vaikuttamaan niiden sisäpoliittiseen päätöksentekoon. Lisäksi yritys osallistuu samalla keskusteluun kansainvälisten regiimien sisällöstä. Näihin regiimeihin vetoaminen voidaan myös nähdä keinona vaikuttaa valtiolliseen päätöksentekoon, sillä yritys pyrkii materiaalissaan legitimoimaan toimintansa osittain ylikansallisten regiimien avulla (luku 6).

## 4. MAINEENHALLINTA YHTEISKUNTAVASTUUN MOTIIVINA

### 4.1. SIDOSRYHMÄ- JA YHTEISKUNTAVASTUUAJATELUN FILOSOFINEN TAUSTA

Kaikissa liberaalidemokraattisissa maissa usko valtioiden kykyyn säädellä monikansallisten yritysten toimintaa on laskenut. Samanaikaisesti ne painostusryhmät, jotka ottavat kritiikkinsä kohteeksi monikansalliset yritykset korostaakseen yritysten näennäiseettisiä menettelytapoja, ovat lisänneet kannatustaan huomattavasti.<sup>16</sup> (Chris Rose/Greenpeace 1995. Viitattu Theaker 2001, 94.)

Kuten myös Greenpeacen esimerkki tuo ilmi, kansalaisjärjestöt yksilöiden ja kuluttajien muodostamina ryhmittyminä ovat kasvattaneet sekä tukeaan että merkitystään suhteessa yritysten toimintaan. Yrityksen yhteiskuntavastuuajattelu voidaankin tällöin nähdä rationaalisena ja opportunistisena toimintana, sillä yritys kiinnittää huomiota oman toimintansa eettisyyteen kuluttajaryhmien painotuksen vuoksi. Yhteiskuntavastuuajattelulle on kuitenkin olemassa sekä eettisiä että voitontavoittelun näkökulmasta lähteviä perusteluja, sillä käsitykset siitä, miksi yhteiskuntavastuullinen toiminta kuuluu yrityksille, ketä yhteiskuntavastuullisen toiminnan on tarkoitus hyödyttää ja kenelle yritys on toiminnastaan vastuussa, vaihtelevat. Yrityksen liiketaloudellisen hyödyn lisäksi keskustelua on käyty myös eettisistä lähtökohdista eli siitä, mitkä moraalifilosofiasta lähtöisin olevat perusteet tukevat yritysten tarvetta huomioida ympäröivät yhteisöt.

Keskustelu yritysten yhteiskuntavastuun eettisistä perusteista hyödyntää muun muassa utilitarismiin ja kantilaiseen ajattelutapaan viittaavaa kieltä ja käsitteitä. Yritykset joko pitävät yhteiskuntavastuullista toimintaa tunnustuksena velvollisuuksilleen ja vastuulleen ympäröivää yhteiskuntaa kohtaan tai näkevät edistävänsä sekä yritystä että yhteisöä hyödyttävää yhteistä hyvää. (Somerville 2001, 107.) Somervillen mukaan utilitarismilla ja kantilaisella ajattelutavalla on ollut merkittävä vaikutus yritysetiikkaan ja yritys vastuun käsitteen sisältöön. Tiivistetysti utilitarianismi katsoo, että toiminnan on tuotettava enemmän hyvää kuin pahaa. Benthamin mukaan toiminta on oikeutettua siinä määrin, kun se maksimoi onnellisuuden tai vähintään minimoii tyytymättömyyden. Onnellisuutta olisi tuotettava mahdollisimman monelle, sillä yhteinen hyvä nähdään yksilön onnea tärkeämpänä. Kantin mukaan eettinen toiminta perustuu taas velvollisuuden periaatteelle: jotkin toimintatavat ovat moraalisesti välttämättömiä huolimatta niiden seurauksista. (Emt., 108–109.)

---

<sup>16</sup> Throughout the liberal democratic world there has been a decline in confidence in the power of the nation state to regulate multinational corporations. Accompanying this has been a substantial rise in support for pressure groups that target those multinational corporations in order to highlight their policies on ...a range of quasi-ethical issues.

Kantilaisuuden ja utilitarianismin rinnalle yhteiskuntavastuukeskusteluun on nostettu myös kulttuurirelativismi. Pearsonin (1989, viitattu Somerville 2001, 111) mukaan kaikki ”totuudet”, eli myös käsitykset moraalista totuudesta syntyvät neuvottelun ja väittelyn tuloksena. Objektiivista oikeaa ja väärää ei näin ollen ole olemassa, vaan pelkästään subjektiivisia käsityksiä siitä, mistä oikea ja väärä muodostuvat. Moraaliset säännöt muodostuvat erilaisten subjektiivisten näkökulmien yhteensovittamisella, ja myös yritysten menettelytapoja muokkaavat moraaliperiaatteet syntyvät samassa prosessissa. Samalla prosessi nähdään oikeudenmukaisena, sillä toiminnan eettisyys määräytyy kaikki osapuolet huomioivan yleisen keskustelun perusteella. Kulttuurirelativismi korostaa myös PR-toiminnan merkitystä, sillä ”se on keskeinen toimija käsiteltäessä yritystoiminnan moraalista ulottuvuutta”. (Emt.) Somervillen teoksesta ei kuitenkaan käy ilmi, näkeekö Pearson PR-toiminnan velvollisuudeksi yhteisen hyvän ajamisen, vai onko sen tarkoitus pyrkiä vaikuttamaan toiminnallaan organisaation haluamaan suuntaan.

Somervillen mukaan kulttuurirelativistisessa teoriassa on kuitenkin useita ongelmia. Se ei huomioi lainkaan kysymystä vallasta: vaikka kaikki osapuolet kykenisivät osallistumaan keskusteluun, niiden asema neuvotteluissa tuskin olisi tasa-arvoinen. Lisäksi yksimielisyys on vaikea saavuttaa, jolloin kulttuurirelativismi liikkuisi lähelle utilitarismia varmistaessaan enemmistön onnellisuuden enemmistö päätöksellä. Somerville pitkäkin Pearsonin kulttuurirelativismin kompastuskivenä sitä, että osapuolet nähdään tasa-arvoisina. (Somerville 2001, 111.) Tästä huolimatta kulttuurirelativistinen teoria on merkittävä tutkimukseni metateoreettisten lähtökohtien perusteella: yritysten nähdään PR-materiaalillaan ottavaan osaa siihen keskusteluun, jossa yhteiskuntavastuun käsite ja siihen sisältyvät oikeudet ja velvollisuudet määritellään. Valtaan liittyvät kysymykset ja käsitteiden määrittämiseen osallistuvat toimijat määrittyvät luvussa 3 käsiteltyjen, kansainvälisessä järjestelmässä ilmenevien toimijoiden välisten valtasuhteiden sekä luvuissa 1.3. ja 4 käsiteltyjen sidosryhmien perusteella. Kulttuurirelativismin kohtaama kritiikki muistuttaa näin myös valtasuhteiden epätasapainosta yritysten sekä valtioiden ja yksilöiden yhteisöjen välillä, mikä tulee esiin myös Monsanto materiaalin ja Robinin dokumentin asetelmassa retoristen voimavarojen myötä.

Somerville esittää, että käytännössä yritysten suhtautumistapa yhteiskuntavastuun käsitteeseen vaihtelee utilitarianismin ja kantilaisuuden välillä, ja että eettisillä doktriineilla on sijansa yritysten toiminnassa. Somervillen mukaan esimerkiksi Milton Friedman torjuu koko yhteiskuntavastuukäsityksen korostaessaan vapaiden markkinoiden toimintaa utilitaristisesta näkökulmasta. Toisaalta taas yhteiskuntavastuuajattelu, joka on keskeinen osa sidosryhmäajattelua,



hakee oikeutusta kantilaisesta doktriinista. Somervillen mukaan myös samat termit, jotka liittyvät yleiseen keskusteluun etiikasta (esimerkiksi yhteinen hyvä, sopimusoikeudet, vastuut ja velvollisuudet) toistuvat yritysten yhteiskuntavastuusta käydyssä debatissa. (Emt.) Tämä korostaa yhteiskuntavastuukeskustelun retorista puolta, eli yritykset pyrkivät vetoamaan etiikkaan painottaakseen toimintansa nojaavan yhteisiin arvoihin ja normeihin.

Myös sidosryhmien asemaa käsittelevät teoriat voidaan liittää laajempaan keskusteluun etiikasta. Woodin (2001, 69) mukaan sidosryhmäteorian sisällöstä ei ole yksimielisyyttä, vaan sen voidaan nähdä perustuvan monelle eri lähtökohdalle: joko keynesiläiselle talousajattelulle, kommunitarismille tai kantilaiselle velvollisuusajattelulle. Evan ja Freeman (1993, viitattu Somerville 2001, 114) hyödyntävät Kantin kategorista imperatiivia ja painottavat yksilön oikeutta tulla kohdelluksi päämääränä sen sijaan, että yksilö toimisi keinona jonkin asian saavuttamiseksi. Somervillen (2001, 114) mukaan sidosryhmäajattelun näkökulmasta yrityksen yhteiskuntavastuu ei ole vapaaehtoinen lisä, vaan se on erottamaton osa yrityksen velvollisuuksia, joihin yrityksen on kiinnitettävä huomiota samassa mitassa kuin voiton maksimointiin. Toisaalta sidosryhmäajattelu voidaan nähdä myös yrityksen lähtökohdista käsin yrityksen vaikutusvallan vahvistamisena: Banerjee (2008, 23) esittää, että sidosryhmäteoria voidaan nähdä eräänlaisena ”sidosryhmäkolonialismina”, jonka pyrkimyksenä on sidosryhmien toiminnan sääntely. Sidosryhmäajattelun merkitys yrityksen kannalta ei näyttäydy näin pelkästään keskeisten sidosryhmien kantojen huomioimisena, vaan mahdollisuutena näiden kantojen sääntelyyn ja ohjailuun.

Yhteiskuntavastuun käsitettä voidaankin lähestyä myös suoraan hyötynäkökulman kautta. Osa tutkijoista perustelee yhteiskuntavastuusta huolehtimista yrityksen omilla eduilla: ”Yhteiskuntavastuullinen toiminta ei ole hyväntekeväisyyttä, vaan hyvää liiketoimintaa. Vastuullisenkin liiketoiminnan kulmakivi on menestyksen liiketoiminnallinen edistäminen” (Aula & Heinonen 2002, 132). Yhteiskuntavastuun voidaan nähdä liittyvän myös yrityksen identiteetin luomiseen: tällöin yritys huomioi ympäristönsä siksi, että tällainen toiminta on paitsi sosiaalisesti vastuullista, mutta sopii myös yhteen voiton tuottamiseen pyrkivien markkinointisuunnitelmien kanssa (Fombrun 1996, 6). Yhteiskuntavastuukeskustelua markkinointikeinona käsitellen lisää luvussa 5.4.

Fombrunin mukaan yhteiskuntavastuullinen toiminta on ”valistunut sijoitus”, joka heijastaa sitoumusta pitkäjänteiseen maineen rakentamiseen vahvistaen samalla kuitenkin myös lyhytjänteistä oman edun tavoittelua. Yhteiskuntavastuun huomioiminen tuottaa taloudellista arvoa sen vuoksi, että se vahvistaa yrityksen kilpailuasemaa ja parantaa sen mahdollisuuksia menestyä pitkässä juoksussa. (Fombrun

1996, 6.) Yhteiskuntavastuukeskustelussa näyttääkin nousevan usein esiin pitkän aikavälin tavoitteet, joilla pyritään korvaamaan aiempaa teoreettista keskustelua hallinnut lyhytjänteinen voiton tavoittelu mahdollisimman suuren tuottavuuden kautta. Tästä huolimatta Goodwin (2005, 144) kritisoi yritysjohtajia siitä, että harva heistä kyselee yhteiskuntavastuun kysymyksiä ja sitä, mikä on oikein. Yritykset näyttäisivätkin hyödyntävän retoriikassaan etiikkaan pohjautuvia vertauskuvia, mutta toiminnan motiivina on nimenomaan liiketaloudellisen tuloksen vahvistaminen.

Somervillen mukaan (2001, 116) eettisiin teorioihin vedotaan sen vuoksi, että yritysten julkilausumat suuntautuvat usealle erilaiselle yleisölle. Näkökulma tuo esiin sen, että toiminnassaan yritykset joutuvat jatkuvasti tasapainottelemaan ääripäiden välillä: niiden on etsittävä sidosryhmiä tyydyttäviä tapoja tavoitella voittoa, mutta toisaalta oltava tarpeeksi tuottavia varmistaakseen sijoittajien mielenkiinnon, joka taas on niiden toiminnan edellytys. Tämä tarkoittaa sitä, että yritykset joutuvat etsimään tasapainoa kilpailevien intressien välillä silloinkin, kun osapuolilla on toisistaan eriävät käsitykset oikeista ja vääristä toimintatavoista (Toth & Heath 1992, xiii). Maineenhallinta pitää näin sisällään käsityksen sidosryhmien hallinnasta: yritysten on pyrittävä vahvistamaan sellaista mainetta, joka puhuttelee sen menestyksen kannalta keskeisimpiä sidosryhmiä.

## **4.2. MAINE YHTEISKUNTAVASTUULLISEN TOIMINNAN KANNUSTIMENA**

Yhteiskuntavastuu- ja sidosryhmäkeskustelun kautta päästään käsiksi myös siihen, kuinka yritykset itse suhtautuvat valtioihin ja yksilöihin toimijoina: yritykset huomioivat nämä toimijat sidosryhminään. Aiemmin käsitellyt yritysten sekä valtio- ja yksilötoimijoiden välisten suhteiden määritelmät kiinnittyvät siis myös sidosryhmien merkityksestä käytävään keskusteluun. Yrityksen ja sen sidosryhmien välisten suhteiden hallinnassa keskeisessä roolissa on PR-toiminta, jota käsitellen tarkemmin seuraavassa luvussa. Tässä osiossa syvennyn yrityksen maineesta käytyyn keskusteluun, sillä voidaan väittää, että nimenomaan maineeseen liittyvät kysymykset ovat saaneet yritykset kiinnittämään huomiota yhteiskuntavastuun periaatteeseen. Osa tutkijoista tosin on sitä mieltä, että yritysten tulisi jo eettisten periaatteiden vuoksi pitää huolta toimintaympäristöstään (luku 4.1.), mutta tässä nostan yhteiskuntavastuullisen toiminnan päällimmäiseksi motiiviksi näkökulman maineen vahvistamiseen perustuvasta sidosryhmien huomioimisesta, eräänlaisesta ”valistuneesta oman edun tavoittelusta”, kuten Fombrun (1996, 11) asian esittää.

Fombrun (1996) käsittelee teoksessaan maineen merkitystä yhtenä keskeisenä yrityksen menestystekijänä. Hän näkee yrityksen maineen ”kokonaisvaltaisena arvostuksena”, jonka sidosryhmät

– asiakkaat, sijoittajat, työntekijät ja muu yleisö – määrittävät. Maine kehittyy ajan myötä yrityksen ominaispiirteistä ja identiteettiä muovaavista käytännöistä, joiden perusteella sidosryhmät voivat mieltää yrityksen toiminnan uskottavaksi, luotettavaksi ja vastuulliseksi. ”Maine on lopulta sidosryhmien henkilökohtaisten arvioiden kokonaissumma yrityksen uskottavuudesta, luotettavuudesta sekä vastuullisuudesta. Se on kognitiivinen piirre yritystoiminnassa, joka kiteyttää yrityksen aseman muihin kilpailijoihin nähden.” (Emt., 28, 37, 72.) Voidaankin ajatella, että käsitys maineesta sidosryhmien henkilökohtaisena arviona antaa yritykselle kannustimen vaikuttaa tämän arvion muodostumiseen.

Hyvän maineen myötä organisaation toimintaedellytysten katsotaan paranevan, kun taas huono maine laskee niitä (Aula & Heinonen 2002, 32). Fombrunin mukaan maine on yritykselle arvokasta, koska sen nähdään kertovan kuluttajille, mitä tuotteita kannattaa ostaa, mille yritykselle työskennellä ja mihin sijoittaa. Samanaikaisesti maine tuottaa huomattavaa strategista arvoa, koska se kiinnittää huomion yrityksen positiivisiin puoliin ja lisää samalla yrityksen toimintamahdollisuuksia: maineensa perusteella yritykset voivat pyytää esimerkiksi korkeampia hintoja tuotteistaan, maksaa alempia hintoja hankinnoistaan, ylläpitää vakaampaa liikevaihtoa, madaltaa toimintaansa liittyviä riskejä ja myös saada enemmän liikkumavaraa suhteessa sidosryhmiinsä. Fombrun näkeekin maineen eräänlaisena yritykselle kuuluvana pääomana. (Fombrun 1996, 5, 11.)

Samalla maineen nähdään kuitenkin tuovan mukanaan myös vastuuta: sidosryhmien kasvaneet odotukset rajoittavat yrityksen johdon käytettävissä olevia keinoja. Yrityksen osakseen saama arvostus luo velvoitteita ja odotuksia, joihin yritysten on vastattava, oli kyse sitten työntekijöiden, asiakkaiden, ympäröivän yhteisön tai sijoittajien vaatimuksista. Fombrun näkeekin, että vahvan maineen luoneet yritykset voivat säilyttää asemansa rakentamalla kestävä suhteen kaikkiin sidosryhmiinsä ja yhdistämällä taloudelliset ja sosiaaliset näkökohdat kilpailustrategioihin. Tällaiset yritykset harjoittavat Fombrunin mukaan niiden ydinarvoja heijastavia toimintatapoja, jotka huomioivat sijoittajien, asiakkaiden ja työntekijöiden edut, huolehtivat paikallisten yhteisöjen kehityksestä ja varmistavat, että niiden hyödyntämä teknologia, tuotteet ja palvelut ovat laadukkaita ja ympäristöystävällisiä. (Emt., 9–10.) Maine nähdään näin keskeisenä perusteena yhteiskuntavastuullisen toiminnan harjoittamiselle.

Aula ja Heinonen (2002, 32) tuovat esiin myös maineen sidoksisuuden sosiaalisesti rakentuneeseen todellisuuteen. Heidän mukaansa maine syntyy organisaation ja sen sidosryhmien välisissä vuorovaikutustilanteissa. Näiden kohtaamisten perusteella sidosryhmät tulkitsevat organisaation toimintaa ja rakentavat tulkinnoillaan organisaatiosta olemassa olevia mielikuvia, joista organisaation

maine edelleen muodostuu. Maine on siis mielikuviin ja kokemuksiin perustuva sidosryhmien tekemä arviointi. (Emt., 61 ja 90.) Myös Fombrunin (1996, 72) mukaan maine rakentuu alhaalta ylöspäin, sillä jokainen yksilö muodostaa oman käsityksensä yrityksestä ja sen tulevaisuudesta.

Yritykset voivat Aulan ja Heinosen (2002, 32) mukaan kuitenkin pyrkiä vaikuttamaan maineeseensa ”tarinoiden avulla”, ja koska maine muodostuu vastaanottajan päässä, kyse on vastaanottajan tietämykseen ja mielikuviin vaikuttamisesta. Tämä on tärkeä näkökulma tutkittaessa yritysten retoriikkaa – maineen rakentaminen PR-toiminnan avulla on tietoista toimintaa, jonka tarkoituksena on vastaanottajan käsityksiin vaikuttaminen. Vaikka maineen nähdään muodostuvan sidosryhmien taholla, yritys voi yrittää vaikuttaa siihen, millaisena sen toiminta käsitetään. Fombrunin mukaan yritysten käytännön tason keinot maineen vahvistamiseksi vaihtelevat mainostamisesta, organisaatiokohtaisen identiteetin kehittämisestä ja taloudellisista raportoinnista lehdistötiedotteisiin, hyväntekeväisyyslahjoituksiin ja vapaaehtoistyöhön. Identiteettiä rakentavilla ohjelmilla onkin suuri merkitys maineen ylläpitämisessä, sillä johdonmukainen yrityskuvan rakentaminen ja sen jatkuva vahvistaminen mielikuvien avulla auttaa saavuttamaan ja ylläpitämään myönteisiä arvioita sidosryhmien silmissä. Tämän vuoksi maine on osittain nähtävä myös tuloksena yrityksen aktiivisista yrityksistä kasvattaa positiivisia käsityksiä toiminnastaan. (Fombrun 1996, 6, 11, 194, 201, 386.) Yhteiskuntavastuullinen toiminta – mukaan lukien yhteiskunnallisia arvoja ja normeja, kuten ympäristövastuuta ja ihmisoikeuksia käsittelevät toimintasuunnitelmat – nähdään nimenomaan keinona vahvistaa yrityksen mainetta, eli yrityksen osallistumista tähän keskusteluun ohjaavat liiketaloudelliset motiivit.

Yrityksen ja sen tuotteiden julkisuuskuvasta puhuttaessa esiin nousevat maineen lisäksi käsitteet imagosta ja brändistä. Aulan ja Heinosen (2002) mukaan käsitteet ovat sekoittuneet toisiinsa tutkimuksessa, ja niitä käytetään usein epärationaalisesti. Itse he haluavat pitää käsitteet selkeästi erillään ja jakaa ne sen mukaan, kuinka käsitteet rakentuvat, mitkä niiden lähtökohdat ovat ja kuinka niihin vaikutetaan. Käsitteiden välisen eron Aulan ja Heinosen tiivistävät seuraavasti: ”br[ä]ndi tehdään, imago rakennetaan, maine ansaitaan”. Aulan ja Heinosen mukaan imago on visuaalinen, ja sen tarkoitus on mielikuvitukseen vetoamalla parantaa jonkin tuotteen tai itse organisaation merkitystä katsojan silmissä. Näin imagon rakentaminen kuuluu mainonnan ja markkinointiviestinnän alueelle, ja sen rakentaminen perustuu siihen, mitä sidosryhmien halutaan ajattelevan organisaatiosta. Samoin brändi tuotemerkkiin perustuvana, kuluttajien muodostamana mielikuvana tuotteesta luodaan mainonnan ja markkinointiviestinnän avulla. (Emt., 50–52, 61.) Brändin ja imagon ero maineeseen on

keskeinen juuri retoriikan kannalta: imago ja brändi viittaavat retoriseen suostutteluun – ne ovat yrityksen itsensä tarjoamia mielikuvia toiminnastaan ja tuotteistaan, joiden avulla yritys pyrkii vetoamaan yleisöönsä ja samalla vaikuttamaan yleisön muodostamiin käsityksiin maineestaan. Aulan ja Heinosen ajatusta täydentääkseni lisään imagon ja brändin välittämisen keinoksi myös PR-toiminnan, jonka avulla pyritään vahvistamaan yrityksen mainetta positiivista yrityskuvaa tukemalla.

Aula ja Heinonen (2002, 23) pyrkivätkin korostamaan, että pelkästään suotuisten mielikuvien luominen ei riitä takaamaan kestävästä menestyvästä liiketoimintaa. He näkevät näin maineen rakentuvan yrityksen varsinaiselle toiminnalle rakennettujen mielikuvien sijaan. Tämä asettaa haasteen yritystoiminnalle, sillä yritysten on kyettävä täyttämään yhteiskuntavastuullisen toiminnan suhteen tekemänsä lupaukset, eli käsitykset maineen tärkeydestä yritystoiminnalle tuovat mukanaan myös yritystoimintaan sisältyvän vastuun. Fombrunin (1996, 60) mukaan yritykset ovat tiedostamassa imagon ja maineen välisen eron, sillä ne pyrkivät laajentamaan toimintaansa joukkomarkkinoinnin ja perinteisen imagohallinnan ulkopuolelle ja rakentamaan kestäviä suhteita asiakkaisiinsa. Käsitys laajentaa PR-toiminnan määritelmää pelkän maineenhallinnan ulkopuolelle ja edellyttää, että PR-toiminnasta tulee markkinoinnin sijaan vuorovaikutusta.

#### **4.3. PR-TOIMINNAN ROOLI SIDOSRYHMIEN PUHUTTELUSSA**

PR-toiminta näyttelee keskeistä roolia yrityksen yhteiskuntavastuullisessa toiminnassa, sillä se on se toiminnan osa-alue, jossa yritys kohtaa sidosryhmänsä. PR-toimintansa avulla yritys osallistuu yhteiskuntavastuun ja siihen kuuluvien osa-alueiden julkiseen määrittelyyn, mikä tarkoittaa myös mahdollisuutta yhteiskunnallisten käsitysten luomiseen ja uudelleenmäärittelyyn.

Lamb ja McKee (2005, 1) näkevät PR-toiminnan organisaation harjoittamana viestintänä ja toimintana, joka tukee organisaation ja sen sidosryhmien välisten, molempia osapuolia hyödyttävien suhteiden kehittymistä sekä ylläpitoa. Heathin (1992, 18) mukaan PR-toimintaa käsittelevässä tutkimuksessa keskeisenä pidetään sitä, kuinka yhteiskunta näkee itsensä ja kuinka yksilöt ajattelevat toisistaan ja toiminnastaan sekä organisaatioista, jotka Heath näkee johtavina sosiaalisina, poliittisina ja taloudellisina vaikuttajina. PR-ohjelmat pyrkivät tavoittamaan kuluttajat, hallinnon edustajat, aktivistit ja muut toimijat, joiden mielipiteet ja toiminta vaikuttavat yritykseen (Lamb & McKee 2005, 88). Näin PR-toiminnan voidaan nähdä olevan olennainen osa edellisessä kappaleessa käsiteltyä maineen rakentamista ja ylläpitoa, sillä juuri PR-toiminta keskittää huomionsa organisaation yleisöjen kokonaisuuteen.

PR-toiminta on selkeästi tavoitteellista, ja sen tarkoituksena on yrityksen olemassaolon tukeminen. Wilcoxin ym. (2000, 13) mukaan PR eroaa journalismista juuri erilaisten tavoitteiden vuoksi: molemmat toimialat keräävät faktatietoa yleisön informoimiseksi, mutta PR-toiminnassa tiedon keräämisellä on merkitystä nimenomaan välineenä. Tavoitteena ei siis ole pelkästään jakaa tietoa, vaan muuttaa yksilöiden asenteita ja käyttäytymistä organisaation tavoitteiden ja pyrkimysten edistämiseksi (emt.). Suhteessa markkinointiin PR-toiminta taas jakaa samoja tavoitteita, sillä molemmat pyrkivät varmistamaan organisaation menestymisen ja taloudellisen selviämisen. Ero markkinointiin määrittäytyy Wilcoxin ym. mukaan kuitenkin sillä, että PR-toiminta keskittyy rakentamaan suhteita ja luomaan yritykselle edullista toimintaympäristöä, kun taas markkinointi keskittyy ensisijaisesti asiakkaisiin sekä tuotteiden ja palvelujen myyntiin. Markkinoinnin ja PR-toiminnan rajalinjaa on kuitenkin yhä vaikeampi määrittää, sillä yritykset ovat integroineet toimintojaan muun muassa organisaatioiden rakennemuutoksien ja rahoituspainoiden vuoksi. (Emt., 15–18.) PR-toimintaan voidaan nähdä näin sekoittuvan markkinoinnin keinoja, mikä vaikuttaa myös yritysten hyödyntämään retoriikkaan.

Lambin ja McKeen (2005, 1–2) mukaan PR on toimivaa, kun se onnistuu rakentamaan tasapainoiseen tiedonvaihtoon perustuvat, molempia osapuolia hyödyttävät suhteet organisaation ja sen sidosryhmien välille. Tehokkaan PR-toiminnan harjoittaminen perustuu heidän mukaansa avonaisen järjestelmän ylläpitoon, mikä organisaatioteoriassa liittyy avoimen organisaation käsitteeseen: systeemiteoriaa sovellettaessa organisaatiot voidaan jakaa kahteen pääkategoriaan, eli suljettuun ja avoimeen organisaatioon sen mukaan, millä tavoin ja missä määrin ne ovat vuorovaikutuksessa ympäristönsä kanssa (Gregory 2001, 41). Avoimen organisaation tapauksessa vuorovaikutus on jatkuvaa, kun taas suljetussa organisaatiossa hyvin vähäistä tai olematonta. Avoimen organisaation yhteydessä voidaan puhua sidosryhmäjohtamisesta, joka Somervillen (2001, 113) mukaan viittaa johdon pääasialliseen tehtävään pitää tasapainossa sidosryhmien erilaiset intressit.

Gregory (2001, 42–43) johtaa avoimen ja suljetun organisaation kautta edelleen käsitykset reaktiivisesta ja ennakoivasta PR-toiminnasta. Reaktiivinen PR-toiminta kuvaa suljettuja järjestelmiä, joissa toiminta suunnataan niille yleisöille, jotka selkeästi ovat kosketuksissa organisaatioon. Viestinnän tarkoituksena on tällöin jakaa rajatulle yleisölle tietoa siitä, mitä päätöksiä organisaatiossa on tehty. Viestintä näyttäytyy näin yksisuuntaisena, sillä sidosryhmien palautetta ei tietoisesti etsitä. Laajat yleisöt huomioiva ja tutkimustoiminnalle perustuva ennakoiva PR-toiminta taas pyrkii luomaan sellaiset toiminnalliset tavoitteet, jotka sekä yritys itse että sen yleisöt voivat hyväksyä. Jos yhteisten tavoitteiden määrittelyssä syntyy ongelmia, ennakoivan PR-toiminnan avulla voidaan saada aikaan

muutoksia ennen kuin ongelmat nousevat pintaan. Gregory näkee ennakoivalla PR-toiminnalla olevan merkittävä mahdollisuus muuttaa asenteita ja toimintatapoja sekä organisaation sisällä että sen ulkopuolella. (Emt.) Ennakoivan PR-toiminnan merkitys politiikan tutkimuksen kannalta piilee sen mahdollisuudessa vaikuttaa yksilöiden asenteisiin, arvoihin ja mielipiteisiin. Esimerkiksi Wilcox ym. (2000, 216) pitävät ennakoivaa PR-toimintaa tehokkaimpana PR-toiminnan muotona.

Ennakoiva PR-toiminta pitää sisällään myös käsityksen ongelmanhallinnasta. Theakerin (2001, 93) mukaan ongelmanhallinnassa pyritään tunnistamaan niitä merkittäviä muutoksia tai ongelmia, jotka saattavat vaikuttaa organisaation toimintaan. Ongelmanhallinta voidaan näin nähdä ennaltaehkäisevänä toimintana suhteessa tulevaisuudessa esiin nouseviin kysymyksiin. Theaker käyttää esimerkkinä ympäristökampanjointia, joissa yritykset pyrkivät tunnistamaan ongelmia ja muokkaamaan kysymyksiä ennen kuin niistä tulee merkittäviä poliittisen päätöksenteon ja lainsäädännön kannalta. (Emt.) Ongelmanhallinta nostaa näin esiin yrityksen mahdollisuuden jatkuvasti muokata keskusteluagendaa yhteiskunnallisissa kysymyksissä.

PR-toimintaa käsittelevässä kirjallisuudessa (esim. Theaker 2001; Aula & Heinonen 2002; Lamb & McKee 2005) myös reaktionopeutta pidetään ratkaisevan tärkeänä ongelmatilanteissa, sillä avoimesti viestivät yritykset selviävät usein näistä tilanteista pienemmillä vahingoilla. Ne yritykset, jotka näyttävät sidosryhmille ottavansa niiden huolenaiheet huomioon, selviävät ongelmatilanteista ja mediakohusta usein lievemmin seurauksin. Woodin (2001, 73) mukaan ongelmanhallinnan tehokkaimpia mantroja onkin ”tell it first, tell it fast” – kerro asiasi ensimmäisenä, ja kerro se pian. Myös ongelmanhallinnassa on näin keskeistä se, kuinka toimijat kykenevät määrittämään keskusteluagendalla esiintyviä kysymyksiä.

Ennakoivan PR-toiminnan lisäksi tutkijat painottavat avoimuuden merkitystä yrityksen viestinnässä. Aulan ja Heinosen (2002,18) mukaan yrityksen tulisi korvata entiset periaatteensa vain virallisesti sallitun tiedon levittämisestä ajatuksella, että kaikki sellainen tieto tulisi jakaa yleisölle, mikä ei nimenomaisesti ole salaista. Vaatimus läpinäkyvyyteen tuo kuitenkin ristiriitoja yrityksen toimintaan: Chandlerin ja Mazlishin (2005, 9) mukaan yrityksen johto usein pysyisi mieluummin vaiti ja väistäisi näin samalla myös vastuuvollisuuttaan, kun taas osakkeenomistajat ja muut sidosryhmät vaativat saada tietoa yrityksen toiminnasta. Tiedon hallinta ja jakaminen liittyy keskeisesti Strangen (luku 3.3.) määrittelemään rakenteelliseen valtaan, eli yrityksen hallitsema salainen tieto voidaan nähdä myös sen resurssina ja vaikutusvallan lähteenä.

PR-toiminnan tarkoituksena on siis vaikuttaa sidosryhmien käsityksiin yrityksistä ja niiden toiminnasta: se, kuinka valtiot ja yksilöt käsittävät yritysten toimivallan, resurssit ja toiminnan rajoitukset, on keskeistä yritysten toimintamahdollisuuksien kannalta. Yritys pyrkii näin tietoisesti muovaamaan näitä resursseja ja rajoituksia sekä määrittämään yhteiskunnallisen toiminnan normeja PR-toiminnan avulla. PR-toiminta voidaan määritellä myös retoriseksi puheeksi, jonka avulla yritykset pyrkivät vaikuttamaan muihin toimijoihin.



## 5. PR-TOIMINTA RETORIIKKANA

### 5.1. LÄHTÖKOHDAT

Retoriikka sopii tutkimuksen metodologiseksi viitekehykseksi jo sen vuoksi, että siinä käsitellään yleisöön vaikuttamista mielikuvien kautta: se on toimintaa, jossa yritykset ovat harjaantuneet imagojen ja brändien kehittämisen myötä koko elinkaarensa ajan. Yrityksellä on kaupallisena toimijana selkeä motiivi harjoittaa retorista toimintaa: imagolla, brändillä ja etenkin yrityksen omalla maineella on keskeinen merkitys organisaation menestyksen kannalta. Käsitystä retorisista vaikuttamispyrkimyksistä tukee myös se, että yrityksen on mahdollista myötävaikuttaa omien toimintamahdollisuuksiensa laajuuteen puhuttelemalla valtio- ja yksilötoimijoita retoristen käytänteiden avulla.

Retoriikkaan metodina liittyy keskeisesti ajatus siitä, kuinka yksilö on vuorovaikutuksessa ympäristönsä kanssa ja kuinka yksilön omaksuma tieto syntyy tässä prosessissa. Sosiaalisen vuorovaikutuksen lisäksi toimijoiden harjoittaman kielenkäytön rakentumisella nähdään olevan keskeinen vaikutus yksilön tietokäsitysten muodostumiseen. Tietokäsitysten kielelliseen alkuperään huomion kiinnittävänä tutkimusmenetelmänä retoriikka nivoutuu kriittisiin teorioihin, eli se voidaan nähdä osana konstruktivistista ja poststrukturalistista tutkimusperinnettä. Keskeisiä lähteitä yksilölähtöiselle tietoteorialle tutkimuksessani ovat lukuun 2 viitaten sosiologi Kenneth Boulding ja retoriikan klassikoihin kuuluva Kenneth Burke.

Retoriikan merkitys tutkimusmetodina piileekin kriittisten teorioiden korostamassa, kielelliseen vuorovaikutukseen sidonnaisessa yhteiskunnallisen vallankäytön käsityksessä. Kriittisten teorioiden tavoin Burke (1969b, 178) keskittää retoriikan teoriassaan huomionsa siihen, kuinka kulttuurissa luonnollisina pidetyt kielikuvat edustavat ja ylläpitävät poliittista valtaa. Myös poststrukturalismi katsoo, että totuus itsessään on poliittinen kysymys, ja se, mikä käsitetään totuudeksi, on väistämättä poliittiseen prosessiin sidoksissa. Jos vallan sidoksisuutta tietorakenteiden muodostumiseen ei huomioida ja jos totuus nähdään objektiivisen tiedon etsintänä, se epäpolitisoidaan. (Edkins 1999.) Vastaava epäpolitisointi on toimijan intressien mukaista, sillä toimija kykenee iskostamaan omat totuuden määritelmänsä vallitsevaksi käsitykseksi tai ”maalaisjärjeksi”, jos tiedon alkuperää tai rakentumista ei tarkastella kriittisesti. Gramsciin viitaten esimerkiksi Billig (1991, 1) esittää tällaiseen maalaisjärkeen vetoamisen retorisenä keinona, jonka tarkoitus on vahvistaa vallitsevia valtasuhteita.

Hart ja Daughton (2005, 12) erottelevat kolme piirrettä, jotka tekevät viestistä retorisen: näitä ovat arvostettujen asioiden (the good) määrittely, viestiin sisältyvä merkitys tai tunteisiin vetoavuus tietyn yleisön kannalta sekä selkeät tai selkeästi vihjatut suositukset menettelytavoista. Tekijät myös seuraavat Burkea esittäessään, että etenkin niihin viesteihin on kiinnitettävä huomiota, jotka näyttäisivät olevan retorisen toiminnan ulkopuolella: Burken (1969b, xiii) mukaan retorinen motiivi on löydettävissä myös sellaisista yhteyksistä, jossa sitä ei yleensä tunnusteta tai sen ei ajatella olevan läsnä.

Kriittisen retoriikan tutkimuksen yksinkertaisin tehtävä onkin tunnistaa, koska retoriikkaa käytetään alun alkaen (Hart & Daughton 2005, 12). Retoriikassa keskeistä ei siis ole vain se, mitä sanotaan, vaan myös se, mitä jätetään sanomatta (emt., 91). Esimerkkinä tällaisesta retorisesta rajaamisesta Pietikäinen ja Mäntynen (2009, 54) käyttävät ympäristönsuojeludiskurssia, jonka avulla voidaan nostaa esiin tietty ympäristönäkökulma, mutta myös sulkea pois olennaista tietoa. Myös Karvosen (1997, 52–53) mukaan viestintään kuuluu kiinteästi valikoiminen, eli lähettäjä poimii erilaisia asioita viestiinsä samalla kun jättää osan informaatiosta viestin ulkopuolelle. Retorinen toiminta voidaan nähdä näin jossain määrin tietoisena ja harkittuna valitsemisena, mutta esittäminen voi kuitenkin olla myös tiedotonta tai tarkoituksetonta. (Emt.)

Samalla käsitys asettaa haasteen retoriikan tutkimukselle: aina voidaan kysyä, mistä voi tietää, mikä on tahatonta ja mikä tahallista vaikuttamista. Sulkusen (1997, 19) mukaan tulkitseminen onkin ”asioiden näkemistä uudella tavalla, ulkopuolisen näkökulmasta, ja siksi interventiot, asioihin puuttumista”. Tämä korostaa myös tutkijan roolia suhteessa tutkimukseensa: Billigin (1991, 23) mukaan tutkimus itse ei voi välttää vastaavaa tarkastelua, eli “retoriikan rakentaminen ei voi itse paeta retoriikalta”. Tästä seuraa, että retoriikka on sekä tutkimusväline että tutkimuksen kohde. Myös Hart ja Daughton (2005, 25) perustelevat itse tutkimuksen kriittistä analysointia sillä, että kriittinen retorinen tutkimus on sosiaalisen vuorovaikutuksen tutkimusta, jolloin myös tutkimus yhteiskunnallisena vuorovaikutuksena on itsessään altistettava samalle retoriselle kritiikille.

Retorisen puheen tarkoituksena on Hartin ja Daughtonin (2005, 11) mukaan saada yleisön enemmistö uskomaan kuulemansa. Retoriikkaan liittyy näin tarve kyetä todistamaan väite uskottavasti ja vakuuttamaan yleisö puhujan puolelle. Myös Habermas (1994, 90) esittää puhujan kommunikatiiviseksi tavoitteeksi sen, että hän kykenee luomaan ”interpersonaalisen suhteen” itsensä ja kuulijan välille sekä saa yleisön omaksumaan ja yhtymään esitettyyn tietoon sekä uskomaan ilmaistut mielipiteet, tunteet tai toiveet. Sakaranahon (2001, 13) mukaan ”retorisessa kommunikaatiotapahtumassa on yleensä pyrkimyksenä nostattaa kuulijoissa tai lukijoissa tiettyjä

tunteita, saada heidät uskomaan ja hyväksymään esitetyt argumentit tai ohjata heidät toimimaan tietyllä tavalla”. Samalla myös viestinnän retorisuuden aste voi vaihdella tilanteesta riippuen (emt.).

Siitä, kuinka retorinen toimija perustelee omat näkemyksensä, on olemassa erilaisia käsityksiä. Hart ja Daughton (2005) katsovat, että retoriikan takana on aina logiikkaa; puhuja heijastaa esityksessään omaa maailmankuvaansa ja omia uskomuksiaan. Puhujan on tällöin myös itse uskottava viestiinsä kyetäkseen vakuuttamaan yleisö viestinsä taakse (emt.). Burken käsitys puhujan keinovalikoimasta taas on huomattavasti laajempi; aina on mahdollisuus ”mystifikaatioon”. Termillä mystifikaatio Burke tarkoittaa sitä, kuinka kieltä voidaan käyttää apuna harhaanjohtamisessa tai huijaamisessa. Retorisen analyysin tulisikin Burken mukaan aina olla valmis paljastamaan näitä yleisesti esiintyviä mystifikaatioita. (Burke 1969b, 178.) Näkemys ei tarkoita sitä, että retoriikka perustuisi väistämättä jonkinasteiselle totuuden vääristelylle, mutta tarkoituksellisen harhaanjohtamisen mahdollisuus on huomioitava osana retorista toimintaa.

Burken puhujan intressejä painottava käsitys muistuttaa Tothin ja Heathin (1992, xi) esitystä siitä, kuinka retoriikka voidaan nähdä myös ”yksisuuntaisena informaatiovirtana, argumenttina ja vaikutusvaltana, jonka avulla yksi toimija suostuttelee ja hallitsee toista toimijaa”. Retoriikka toimii tällöin sen käyttäjän intressien tukemisessa mutta samalla myös toisia toimijoita vastaan. Toth ja Heath eivät kuitenkaan pidä tällaista toimintaa pysyvänä tilana, sillä heidän mukaansa intressit eivät pysy epätasapainossa kauaa. Heidän mukaansa retoriikkaa ei tulisi edellä esitetyn tavoin nähdä monologina, vaan dialogina, jossa viestintäprosessissa osallisina olevat osapuolet etsivät keinoja asioista sopimiseen ja yhteistoimintaan. Retorisen dialogin kautta toimijat jakavat mielipiteitään ja esittävät kannanottonsa sekä vastalauseensa, ja tämän dialogin perusteella osapuolet muodostavat mielipiteitä ja neuvottelevat keskinäisen suhteensa rajoituksista ja velvollisuuksista, eli ”yhteisistä intresseistään”. (Emt., xi-xii.) Tutkijoiden näkökulma retoriikkaan korostaa siis toimijoiden välistä yhteistoimintaa ja retoriikan merkitystä yhteisymmärryksen saavuttamisessa. Se käsittää retorisen toiminnan mahdollisuudet selkeästi positiivisemmin kuin vastakkainasettelua korostava Burke. Näkemys retorisen toiminnan merkityksestä yhteisten tavoitteiden määrittelyssä on mielenkiintoinen myös sidosryhmäteorioiden kannalta, sillä myös niissä korostetaan viestinnän merkitystä sidosryhmien ja yrityksen välisen yhteisymmärryksen saavuttamisessa (luku 4.3.)

## 5.2. IDENTIFIKAATIO JA SUOSTUTTELU OSANA RETORISTA KAMPPAILUA

Burke (1969, 46) määrittelee retoriikan suostuttelemisen taidoksi tai niiden vaikuttamisen keinojen tutkimukseksi, jotka ovat mahdollisia missä tahansa tilanteessa. Burke käyttää ajalleen tyypillistä kieltä määritellesään retorisen toiminnan sisältöä: suostuttelu voi vaihdella “suorasukaisesta oman edun ajamisesta, kuten myynninedistämisestä tai propagandasta, kosiskelun, sosiaalisen etiketin, koulutuksen ja saarnan kautta [suostuttelun] puhtaaseen muotoon, jonka tarkoituksena on tuottaa iloa yksinomaan vetoamisprosessin avulla ilman salattuja tarkoituksiperiä” (emt., xiv). Burke näkee näin propagandan osana suostuttelua, mutta määrittää sen suorasukaiseksi oman edun ajamiseksi. Lippmann (1965, 16) määrittelee käsitteen sisältöä jo hieman tarkemmin nimetessään propagandan keinoksi muuttaa yksilön mielikuvia ja korvata jo olemassa oleva ”sosiaalinen malli” jollakin toisella.

Toimijat voivat hyödyntää suostuttelua esimerkiksi muuttaakseen tai neutraloidakseen kielteisiä mielipiteitä, tuodakseen esiin piileviä mielipiteitä ja positiivisia asenteita sekä suojellakseen jo myönteisiä mielipiteitä (Wilcox ym. 2000, 216). Törrösen (1997, 221) mukaan suostutteleva puhe on ”sosiaalisen todellisuuden symbolista rakentamista vahvassa mielessä, koska se pyrkii tietoisesti vaikuttamaan siihen, miten asiat tulisi nähdä ja miten sen mukaisesti pitäisi toimia”. Jowettin ja O’Donnellin (1986, 25) mukaan suostuttelun tarkoituksena on saada aikaan tietty muutos yleisön asenteissa tai käytöksessä. Propagandan he määrittelevät ”tietoisena ja suunnitelmallisena yrityksenä muokata käsityksiä, manipuloida kognitioita ja ohjata käytöstä saavuttaakseen vastareaktion, joka edistää propagandistin toivomaa tarkoitusta”. Koska tällainen toiminta korostaa tarkoitusta, propaganda yhdistetään vallankäyttöön ja sitä pidetään tietoisena yrityksenä muuttaa tai ylläpitää vallitsevia valtasuhteita, jotka ovat viestin esittäjän kannalta hyödyllisiä. (Emt., 15–16).

Jowett ja O’Donnell pyrkivät korostamaan, että propaganda eroaa suostuttelusta, sillä sen tarkoituksena on saavuttaa tulos, joka edesauttaa propagandan esittäjän ajamaa tarkoitusta. Suostuttelua he pitävät sen sijaan vuorovaikutteisena pyrkimyksenä tyydyttää sekä suostuttelijan että suostuteltavan tarpeet. Suostuttelu on heidän mukaansa vastavuoroinen prosessi, jossa molemmat osapuolet ovat riippuvaisia toisistaan. Jowett ja O’Donnell esittävät myös, että suostuttelu on propagandaa neutraalimpi termi, sillä siinä kaikki osapuolet saavat tarpeensa tyydyttyä. (Emt., 13, 24–25.) Suostuttelu nähdään näin vastavuoroisena toimintana, jossa puhujan lähtökohtaisissa intresseissä on yleisön reaktion huomioiminen. Edellisessä luvussa esiin tulleen Tothin ja Heathin vuorovaikutteisen retorisen toiminnan käsityksen mukaisesti myös suostuttelu on omiaan korostamaan retoriikan ja PR-toiminnan tavoitteita osapuolten välisen yhteisymmärryksen saavuttamiseksi.

Suostuttelu nähdään merkittävänä vaikutuskeinona sen vuoksi, että yleisö on jatkuvasti eri suunnilta tulevien viestien kohteena. Jowettin ja O'Donnellin mukaan suostuttelun kohde joko samastuu viestiin tai asettaa sen vastakkain olemassa olevan tietovalikoimansa kanssa. Tämä on myös suostutteluun kuuluvan vastavuoroisuuden peruste, sillä suostuttelijat olettavat, että yleisöllä on pääsy myös vastakkaisiin käsityksiin kiistanalaisista asioista. Samalla yleisö voi altistua myös vastakkaiselle suostuttelulle<sup>17</sup>. Tekijöiden mukaan toimijat tunnustavat, että mikä tahansa muutos, joka ilmenee yleisön käsityksissä, kognitioissa tai käytöksessä, perustuu yleisön vapaaehtoisuudelle. (Emt., 24, 28.) Vapaaehtoisuudesta tulee näin peruste suostuttelun harjoittamiselle propagandan sijaan, sillä puhuja on riippuvainen yleisön tuesta, mikä korostaa myös yleisön asemaa puhujan ja vastaanottajan välisessä vaikutussuhteessa.

Suostuttelun lisäksi oleellinen osa Burken hahmottelemaa retoriikan teoriaa on retorisen kamppailun tai vastakkainasettelun korostaminen. Burken (1989, 181) mukaan retoriikka käsittelee ”luokittelun mahdollisuuksia puolueellisuuden näkökulman kautta”, eli se käsittelee tilanteita, joissa yksilöt ovat vastakkain tai identifioituvat vastakkaisia puolia edustavien ryhmien kanssa. Burke perustelee retorisen toiminnan vahvistumista ristiriitatilanteissa olosuhteiden luomilla edellytyksillä: hänen mukaansa puhtaasta identifikaatiosta tai täydellisestä vastakkainasettelusta ei löydy tarvetta ”selkkaukseen”. Mutta jos yhdistetään identifikaatio ja erottelu, niiden välille on vaikea tehdä eroa, ja tällaisissa tilanteissa vallitsee otolliset olosuhteet retorille vaikuttamiselle. (Burke 1989, 184; Burke 1969b, 25.) Burke näkee näin retoriikan liittyvän keskeisesti niihin tilanteisiin, joissa esiintyy vastakkaisia kannanottoja ja toisistaan erottuvia ryhmittymiä, mikä tukee retoriikan hyödyntämistä tutkimusmenetelmänä myös yritysten poliittisten vaikutuskeinojen tutkimiseen osana kansainvälisen järjestelmän toimintaa.

Burke ei kuitenkaan pidä retorista vaikuttamista erityisiin puhujanlahjoihin perustuvana kykynä; retoriikkaa ei aina voida käsitellä pelkästään tietynä puhetapana, vaan myös kokoelmana identifikaatioita. Nämä identifikaatiot saavat tehonsa enemmänkin jatkuvan toiston ja vahvistamisen avulla kuin erityiseen retoriseen taitoon pohjautuen. (Burke 1969b, 26.) Puhuja myös suostuttelee yleisöä identifikaatioiden avulla: suostuttelun takana on tavoite saada yleisö identifioitumaan puhujan intresseihin, ja näiden yhteisten intressien perusteella puhuja yrittää luoda positiivisen suhteen yleisöön (emt., 46).

---

<sup>17</sup> Jowett ja O'Donnell käyttävät termiä ”counterpersuasion”, eli ”vastasuostuttelu”.

Identifikaation lisäksi Burke liittää teoriaansa ajatuksen symboleista. Symbolit liittyvät läheisesti yksilön mielipiteen muodostukseen, sillä Burken mukaan ihmiset käsittävät todellisuuden erilaisten symbolisten keinojen kautta: symbolien käyttö on ihmiselle ominainen tunnuspiirre (Burke 1989, 123). Boulding (1973, 109–110) yhdistää symbolit edelleen mielikuviin; hänen mukaansa symbolinen mielikuva on ”karkea tiivistelmä” tai merkki, joka syntyy, kun rooleista ja rakenteista on jo tehty omat olettamuksensa. Symbolit kertovat siis jotakin sosiaalisesta ympäristöstä muodostuessaan, ja niihin sisältyy oletuksia ja yleistyksiä (emt.). Myös Sulkunen ja Törrönen (1997, 96) korostavat, että sosiaalisen todellisuuden symbolisiin ilmauksiin sisältyy aina jälkiä toimijoiden välisestä vuorovaikutuksesta: tekstiin sisältyy vihjeitä sekä puhujasta että oletetusta yleisöstä. Heidän mukaansa nämä piirteet jäävät usein huomaamattomiksi, mutta saattavat kuitenkin olla viestin asiasisältöä oleellisempia.

### 5.3. METODIN SOVELTAMINEN TUTKIMUKSEEN

Hart ja Daughton käyttävät teoksessaan termiä ”retorinen kriittisyys”<sup>18</sup>, eli he pyrkivät korostamaan kriittisyyttä suhteessa tutkittavaan aineistoon. Tutkijat määrittävät ne askeleet, joiden mukaan on mahdollista edetä retorista tutkimusta tehdessä: heidän mukaansa retorinen kriittisyys vaatii, että tutkija eristää tietyn ilmiön tutkimusta varten, kuvailee ilmiön erityispiirteitä, luokittelee näitä piirteitä, tulkitsee löytämiään vaikuttamisen tapoja ja lopuksi arvioi ilmiötä, eli retorisessa tutkimuksessa pätevät samat menetelmät, kuin kriittisessä tutkimuksessa yleensä. Retorisessa tutkimuksessa on mahdollista tutkia esimerkiksi puhujien rooleja, kieltä, argumentointia, ideoita ja puhujan keinoja ohjalla käsityksiä ongelmista sekä vähentää sitä hämmennystä, jota toimija suostuttelevalla puheellaan tarkoituksellisesti tai tarkoituksettomasti luo. (Emt., 22, 25.)

Retorisen tutkimuksen merkitys piileekin toimijalle mahdollisten vaikutuskeinojen tunnistamisessa ja määrittämisessä. Hartin ja Daughtonin mukaan kriittisen retoriikan tutkimuksen on mahdollista tuottaa yleistä tietoa retorisista käytännöistä tapaustutkimusten avulla. Heidän mukaansa kriittinen retoriikan tutkimus tuottaa metatietoa, eli ”selkeätajuista ymmärrystä epäsuorasti ilmenevistä käytännöistä”. (Emt., 24–25.) Retoriikan tutkimuksen merkitys on niiden toimijoiden väliseen vuorovaikutukseen sisältyvien vaikutuskeinojen avaamisessa, jotka ovat vaikeasti tulkittavissa, mutta joilla on suuri merkitys yhteiskunnallisen toiminnan kannalta.

---

<sup>18</sup> “rhetorical criticism”.

Luvuissa 5.1. ja 5.2. käsitellyn teorian on – luvun 2 ontologisten ja epistemologisten lähtökohtien rinnalla – ollut tarkoitus eritellä retoriikkaan kuuluvia käsityksiä sosiaalisen todellisuuden kielellisestä rakentumisesta sekä yksilön ja yhteisöjen mahdollisuuksista vaikuttaa tämän sosiaalisesti tuotetun tiedon muodostumiseen. Uuden retoriikan tutkijat, kuten Perelman ja Toulmin, ovat tarjonneet yksityiskohtaisia välineitä retoriseen tekstirakenteiden analyysiin, mutta tästä huolimatta tarkoitukseni on soveltaa retoriikan teoriaa väljänä metodologisena viitekehyksenä yksityiskohtaisen rakennetarkastelun sijaan. Kantaani voidaan perustella sillä, että esimerkiksi Törrösen (1997, 222) mukaan erityisesti laajempien tekstuaalisten rakenteiden retoriseen voimaan ja retoriikan sosiaalista todellisuutta konstruoivaan luonteeseen ei ole retoriikan tutkimuksessa kiinnitetty tarpeeksi huomiota.

Tarkoitukseni onkin tarkastella yrityksen viestintää retorisenä kokonaisuutena, joka muodostuu valitsemani kohdeyrityksen yhteiskuntavastuuta käsittelevästä aineistosta. Tutkimuksessani pyrin asettamaan yrityksen materiaalin kulttuuristen, poliittisten ja taloudellisten taustojen sekä vallitsevan kansainvälisen järjestelmän asettamaan kontekstiin. Koska työ keskittyy sen tutkimiseen, kuinka yritykset pyrkivät määrittämään yhteiskuntavastuukeskustelun sisältöä sekä siihen sisältyviä arvoja ja normeja, luvuissa 3 ja 4 tehty yrityksen toimintaympäristön ja -motiivien määrittäminen kertoo myös sen retoriikkaan vaikuttavista tekijöistä tarjoamalla kontekstin yrityksen harjoittamalle retoriikalle.

Edellä käsitelty Burken retoriikan teoria tuo kuitenkin joitakin välineitä aineiston analyysiin identifikaation ja sen vastakohtan, erottautumisen (Burke 1989, 182, 190) käsitteen kautta. Samalla Burken teoria luo kehyksen retorille analyysille, sillä lähtökohtani on tarkastella Monsanto ja The World According Monsanto -dokumentin välistä suhdetta Burken määrittämän retorisen kamppailun näkökulmasta. Tekemäni tulkinta yrityksen yhteiskuntavastuuta käsittelevän materiaalin ja dokumentin välisestä suhteesta toimii asetelmana, jonka avulla erittelen aineistossa ilmeneviä vaikutuskeinoja.

Kuten luvussa 5.1. tuli esiin, retoriikan tutkimuksessa myös oma asemiani tutkijana korostuu: käyttämäni kieli on osa tutkimuksen retoriikkaa. Samalla tämä kieli toimii analyysin välineenä: luvussa 6 Monsanto *esittää, painottaa, pyrkii osoittamaan tai korostamaan, vakuuttaa ja raportoi*, eli pyrin tutkimuksessa käyttämäni kielen avulla tuomaan esille yrityksen pyrkimykset vaikuttaa yleisönsä vastaavia retorisia käytänteitä avaamalla. Työhöni muodostuvan tekemisen sanaston tarkoituksena onkin korostaa Monsantoa roolia retoristen käytänteiden aktiivisena luoja ja muokkaajana. Samalla kuitenkin luon tutkimukseeni myös ”tutkijan retoriikkaa” ja kehitän oman retorisen keinovalikoimani.

Myös edellisessä luvussa määritelty suostuttelun ja propagandan välinen ero on keskeinen tutkimukseni kannalta: vaikka Monsanto yhteiskuntamateriaali voitaisiin nähdä propagandana taustalla olevien vaikutuspyrkimysten vuoksi, Monsanto on kansainvälisen järjestelmän luonteen vuoksi huomioitava retoriikassaan sekä toimintaympäristönsä asettamat kilpailuvaatimukset että yleisön mahdollisuus muuttaa toimintaansa niin, että se kääntyy yritystä vastaan. Suostutteluun turvautumista propagandan sijaan tukee siis käsitys yrityksen toimintaympäristöstä, eli yritys on riippuvainen sille tarjotuista lainsäädännöllisistä toimintamahdollisuuksista ja kuluttajien ostopäätöksistä: yrityksen on ylläpidettävä positiivista mainettaan suhteessa sidosryhmiinsä, mihin se ei pelkän propagandan avulla pysty. Monsanto puhuttelemien toimijoiden, eli yksilöiden (kuluttajien) ja valtioiden (säätelijöiden) vaikutusvallan vuoksi yrityksen on pyrittävä näiden toimijoiden intressien vapaaehtoiseen täytymiseen, sillä se ei kykene pelkästään omista intresseistään lähtöisin puhuttelemaan (tai propagoimaan) yleisöään tavalla, joka turvaisi sen toimintamahdollisuudet myös jatkossa.

#### **5.4. YRITYS RETORISENA TOIMIJANA**

Retoriikkaa pidettiin 1900-luvun alkupuolella pitkään sivussa akateemisesta tutkimuksesta, sillä siihen liitettiin vahvasti negatiivisia sävyjä: esimerkiksi Billigin (1991, 4) mukaan retoriikan harjoittajia on Platonin ajoista lähtien syytetty suostuttelun asettamisesta totuuden edelle. Burke, Perelman ja Toulmin nähdäänkin usein retoriikan elvyttäjinä, eräänlaisen uuden retoriikan kehittäjinä, jotka puhdistivat orientaation maineen ja loivat sille tilan akateemisessa tutkimuksessa (esim. Summa 1996). Retoriikan tavoin myös PR-toiminta on saanut osakseen samankaltaista arvostelua, sillä myös siihen liitetään käsityksiä manipuloinnista ja usein suoranaista valehtelusta (esim. Theaker 2001; Toth & Heath 1992). Toth ja Heath kuitenkin esittävät, että PR-toiminnan tavoin retoriikka puolustaa asemiaan yhteiskunnassa, sillä se on keskeinen keino tiedon hankkimisessa ja jakamisessa sekä yksilöiden mielipiteiden ja toiminnan perustelemisessa. He näkevätkin PR-toiminnan hyödyntävän retoriikan perintöä turvautuessaan suostuttelevaan puheeseen. (Toth & Heath 1992, xiii.)

Heathin (1992, 19–20) mukaan retoriikka on parhaimmillaan kun sitä käytetään ”dialogin omaisessa muodossa totuuden etsintään, tutkimaan yhteiskuntaa ja yksilöiden elämää hallitsevia symboleita sekä edistämään viisasta ja oikeudenmukaista julkista vallankäyttöä”. Samalla Heath tulee määritelleeksi eräänlaisen retorisen PR-toiminnan ihanteen. Tämä on osittain yhdenmukainen yrityksen mainetta käsittelevien teorioiden kanssa: yritysten on toimittava sanojensa mukaisesti, jos ne haluavat pitää yllä mainettaan, sillä totuuden vääristelyä ei pidetä yrityksille itselleen edullisina. Toisaalta voidaan kuitenkin kysyä, mitä ”viisas” toiminta yritysten kannalta on: onko se eettisesti perusteltua tai



oikeudenmukaista toimintaa, vai onko se liiketaloudellisen menestyksen varmistamista, joka on yrityksen oman olemassaolon edellytys? Tai: sulkevatko nämä kaksi motiivia toisensa ulos?

Heath (1992, 25) kuitenkin korostaa, että PR-toiminta ei kosketa pelkästään yritystoimintaa, vaan sitä harjoittavat useat eri tahot. Toimijat, jotka pyrkivät suojelemaan omia intressejään PR-työn avulla, voivat olla yhtä hyvin esimerkiksi kilpailevia yrityksiä, yksilöitä, lainsäätäjiä tai toimittajia. Myös monikansallisten yritysten vastapainona esiintyvät aktivistiryhmät harjoittavat yhä ammattimaisempaa PR-toimintaa ammattiesiintyjineen, julkaisuineen ja kampanjoineen (emt., 22), mikä osoittaa myös näiden toimijoiden tiedostaneen retoriikan ja PR-toiminnan merkityksen. Käsitys muiden toimijoiden aktiivisuudesta on huomioitava myös yritysten retorista toimintaa tarkastellessa, sillä toisten toimijoiden käytös heijastuu myös yritysten retoriikkaan: voitaisiin puhua eräänlaisten retoristen normien määrittelystä sen suhteen, millainen kieli nähdään tavanomaisena tai merkityksellisenä yhteiskuntavastuukeskustelussa. Lisäksi myös aineiston vertauskohteena käytettävää *The World According to Monsanto* -dokumenttia voidaan pitää retorisenä kannanottona yhteiskuntavastuukeskustelun alueella, johon Monsanto omalla toiminnallaan vastaa.

Viestinnästä käytävissä kamppailussa on kuitenkin otettava huomioon myös toimijoiden käytettävissä olevat resurssit. Billig (1991, 4) johtaakin marxilaisen ajatusperinteen mukaisen luokkajaon retoriikkaan: menneisyyden tuotantovälineiden hallinta tarkoittaa nykypäivän retoriikan hallintaa, joka tarjoaa hallitsevalle luokalle mahdollisuuden esittää viestinsä vetoavasti – totuudesta huolimatta. Billigin tapa soveltaa marxilaista luokkajakoa tiedon jakamiseen siten, että hallitsevat luokat nähdään etulyöntiasemassa retoriseen puheeseen nähden ylivoimaisten viestintämahdollisuuksien vuoksi täydentää myös Strangen (1999, 30) käsitystä resurssiperustaisesta tiedonhallinnan näkemyksestä: ne toimijat, jotka kykenevät määrittämään tiedon sisältöä ja hallitsemaan viestintäkanavia, omaavat rakenteellista valtaa. Tarkasteltaessa Monsanto kaltaisen globaalilla tasolla toimivan suuryrityksen PR-materiaalia on muistettava ne resurssit, joita yrityksellä on käytettävissään retoriikkansa tukena.

Oletus, että yritykset pyrkivät hakemaan toiminnallista etua ”pelkän retoriikan” avulla, on kyseenalaistettavissa edellä käydyn maineeseen liittyvän keskustelun perusteella: kuten luvussa 4.2. tuli esille, yritys ottaa merkittävän riskin tehdessään lupauksia, joita se ei välttämättä kykene lunastamaan toiminnassaan. Voidaan myös kysyä, miksi yritykset eivät aidosti haluaisi kehittää toimintaansa, sillä asiakkaan arvomaailmaan myönteisesti vetoavien toimintaperiaatteiden on osoitettu olevan omiaan kohentamaan yritysten tulosta. Yritys voi markkinoida toimintaperiaatteitaan asiakkaan arvomaailmaan vetoavalla tavalla muuttamatta toimintaansa, mutta nimenomaan maineeseen liittyvät riskit kannustavat

niitä kaventamaan kuilua sanojen ja tekojen välillä. Lisäksi markkinointi oppiaineena on 1990-luvulta lähtien alkanut painottaa asiakaskeskeisyyttä yrityksen toiminnan lähtökohtana ja sen rahoittajana (esim. Tikkanen ym. 2007), joten on olennaista pohtia, miksi yritykset eivät asiakasryhmiä kuuntelemalla ja niiden palautteen perusteella muuttaisi omaa toimintaansa, kuten PR-toimintaa koskevat teoriat suosittelevat.

Tikkanen ym. (2007, 137–139) kuitenkin tuovat olennaisella tavalla esille sen, että yritykset kokevat viestinnän merkittäväksi keinoksi positiivisen yrityskuvan luomiseen. Yrityksen ylimmän tason markkinoinnissa eli korporaatiotason strategisessa markkinoinnissa yritys pyrkii ajamaan etujaan markkinoimalla itseään kaikin optimaalisin ja koordinoituihin tavoin. Tämän voidaan nähdä koskevan myös yhteiskunnallista vallankäyttöä, sillä yrityksen asema yhteiskunnallisena toimijana on yksi tekijöiden nimeämistä menestymisen keinoista. Tekijät luettelevat useita eri ”korporaatiomarkkinoita”, joista osa perustuu yrityksen julkisuuskuvaan. Tämä tarkoittaa sitä, että myös yrityskuvaa pidetään eräänlaisena markkina-alueena, jossa yritys kilpailee muiden yritysten kanssa. Yritystä voidaan esimerkiksi markkinoida yksilön hyvänä ystävänä ja lojaalina ”heimojäsenenä”. (Emt.)

Erityisen huomionarvoista on se, että tekijät itse puhuvat samassa yhteydessä retoriikan korporaatiomarkkinoista. Tekijöiden 26-kohtaisessa listassa, jossa käsitellään esimerkkejä erilaisista korporaatiomarkkinoista, kolme viimeistä kohtaa käsittelee retoriikkaa:

Markkina retoriikalle, joka tuo esiin yrityksen ympäristö- ja sosiaalisen vastuun määritelmiä ja mittareita (markkinoidaan yrityksen omia vastuullisuuden määritelmiä ja mittareita oikeina).

Markkina retoriikalle yrityksen ympäristö- ja sosiaalisen vastuun suoritustason suhteen (markkinoidaan uskottavia lukuja ja tarinoita yrityksen omasta suoritustasosta vallitsevien ympäristö- ja sosiaalisen vastuun määritelmien ja mittarien suhteen).

Markkina retoriikalle, joka korostaa yrityksen integriteettiä, avoimuutta ja läpinäkyvyyttä (markkinoidaan uskottavia tarinoita, jotka heijastavat yrityksen omista tekemisistä kertovien raporttien avoimuutta ja läpinäkyvyyttä). (Emt., 141.)

Tikkanen ym. käsittelevätkin retoriikkaa markkinoinnin keinona, eli retoriikka on väline, jonka avulla voidaan vaikuttaa sidosryhmiin. Teoksessa oleva taulukko myös osoittaa, että retorilla markkinoilla on muita korporaatiomarkkinoita laajempia vaikutussuhteita (emt., 184–187). Taulukko kertoo myös siitä, kuinka yritykset – pitäessään retorista toimintaa yhtenä markkina-alueista – ymmärtävät yhteiskuntavastuukysymyksistä huolehtimisen merkittäväksi tekijäksi yrityksen tuloksen kannalta. On kuitenkin tärkeää, että tällaista toimintaa ei sivuuteta pelkästään kaupalliselle alueelle kuuluvana voiton tavoitteluna, sillä retorilla toiminnalla on myös poliittista merkitystä, sillä yritykset osallistuvat PR-

ja markkinointimateriaalillaan toimintaansa koskevien, esimerkiksi yhteiskuntavastuuseen liittyvien käsitysten määrittämiseen ja voivat näin toimia merkittävinä yhteiskunnallisina vallankäyttäjinä.

Mielenkiintoista retoriikan korporaatiomarkkinoiden kannalta on se, että suorittamassani aineiston analyysissä, johon seuraavaksi siirryn, nousee selkeästi esiin jokainen Tikkasen ym. korostamista osaluista, eli omien vastuullisuuden määritelmien markkinoiminen oikeina edelläkävijän roolin korostamisen avulla, oman suoritustason korostaminen suhteessa ympäristönsuojeluun ja yhteisöjen hyvinvointiin sekä integriteetin ja avoimuuden nostaminen yrityksen keskeisimmäksi toimintaperiaatteeksi.

## **6. MONSANTON MAINEENHALLINTA: RETORINEN KAMPPAILU YHTEISKUNNALLISTEN TOTUUKSIEN MUODOSTAMISESTA**

### **6.1. MONSANTON YHTEISKUNNALLINEN ROOLI JA ASEMA POLIITTISENA VALLANKÄYTTÄJÄNÄ**

#### **6.1.1. Uhkakuvien luominen ja korostaminen markkinoiden avaamiseksi**

Marie-Monique Robinin dokumentissa ”The World According to Monsanto” Monsantoa syytetään voimakkaasti taloudellisen voiton maksimoimiseen keskittyvistä toimintaperiaatteista. Monsantoa kuvaillaan monikansallisena yrityksenä termiin liitettyssä negatiivisessa merkityksessä: yrityksen kuvataan käyttävän häikäilemättömiä keinoja oman markkina-asemansa, suotuisten toimintaolosuhteiden ja liiketoimintavoittojensa turvaamiseen. Nämä keinot vaihtelevat dokumentin mukaan poliitikkojen painostuksesta tutkijoiden uhkailuun ja tutkimustulosten vääristelyyn. Esimerkiksi Robinin haastattelema paraguaylainen maanviljelijäaktivisti Jorge Galeano esittää Monsantoan olevan ”todellinen monikansallinen yritys”, jonka tavoitteena on hallita koko maailman elintarviketuotantoa syrjäyttämällä viljelijät tuotantoa hallitsevina tahoina. Galeanon mukaan Monsantoan toiminnasta seuraa tilanne, jossa viljelijöiltä riistetään kyky riippumattomaan ravinnontuotantoon ja samalla ravintonsa hallitsemiseen. Dokumentti tulee kuvanneeksi kamppailua siitä, kuinka vallan elintarviketuotannossa nähdään jakautuvan.

Vastatakseen dokumentin puhtaasta voiton- ja vallantavoittelusta esittämään kritiikkiin Monsanto pyrkii korostamaan rooliaan globaalien elintarviketuotannon varmistajana ja yhteiskunnallisen hyvän tuottajana. Yritys määrittelee oman toimintansa nimenomaan kuluttajien ja koko maailman auttamisena tiivistäessään toimintaperiaatteensa seuraavasti:

Monsanto on maatalousyritys. Me sovellamme innovaatioita ja teknologiaa auttaaksemme viljelijöitä ympäri maailman tuottamaan enemmän ja samalla suojelemaan enemmän. Autamme viljelijöitä kasvattamaan sadon pysyvyyttä jotta he voisivat menestyä, tuottaa terveellisempiä elintarvikkeita, parempaa ravintoa eläimille sekä enemmän kuitua, samalla lisäksi vähentäen maanviljelyn vaikutusta ympäristöömme.<sup>19</sup> (www.monsanto.com.)

---

<sup>19</sup> Monsanto is an agricultural company. We apply innovation and technology to help farmers around the world produce more while conserving more. We help farmers grow yield sustainably so they can be successful, produce healthier foods, better animal feeds and more fiber, while also reducing agriculture's impact on our environment.

Kuvaus on yrityksen ensisijainen määritelmä itsestään ja omasta toiminnastaan. Suhteessa yrityksen itsensä määrittelemään rooliin keskeinen käsite on termi ”auttaa”. Monsanto toiminnan kannustimeksi esitetään myös koko ”ihmiskunnan” tulevaisuus: ”Maataloustuotannon kasvaessa viljelijät kykenevät tuottamaan enemmän [...] auttaen varmistamaan, että maatalous voi vastata ihmiskunnan tarpeisiin tulevaisuudessa” (2007 Pledge Report, IFC). Monsanto esittää liiketoimintansa näin jopa hyväntekeväisyytenä ja eettisenä toimintana, eikä yrityksen omia tulostavoitteita tietoisesti korosteta tässä yhteydessä.

Korostaakseen omaa asemaansa Monsanto myös pyrkii määrittelemään ne uhkat, joiden vuoksi sen toiminta on perusteltua. Paikoitellen tulevaisuudenkuvaukset saavat jopa apokalyptisia ja viihdetuotannon kielelle ominaisia speaktaakkelimaisia piirteitä, kun yrityksen esite on pyritty tekemään retorisesti painavaksi lyhyiden lauseiden ja kärkevien sanavalintojen avulla:

Rajalliset ja hupenevat energianlähteet. Nopeasti kasvava maailman väkiluku, joka ylittää väistämättä kykymme tuottaa tarpeeksi ruokaa tarpeidemme täyttämiseksi. Nopeasti kuluvat maaperät, jotka täyttävät vesistömme saostumilla. Puhtaan veden varannot, joka ovat rajallisia, mutta kohtaavat kasvavan kysynnän. Globaalin ilmastolämpenemisen uhka. Heikkenevä ilmanlaatu.<sup>20</sup> (Conservation tillage Brochure.)

Lisäksi yritys vetoaa materiaalissaan myös viholliskuviin:

”Maaperän eroosio on minkä tahansa kansakunnan vihollinen – paljon pahempi kuin mikään ulkopuolinen, maahan tuleva ja sen valloittava vihollinen, sillä se on vihollinen, jota et voi nähdä kirkkaasti”, [...]. ”Se on hitaasti hiipivä vihollinen, joka pian valtaa maan.”<sup>21</sup> (Challenges for Agriculture, Environment, Farmers and Future Generations.)

Vertauksen tarkoituksena on aiheuttaa lukijassa pelkoreaktioita, varsinkin esimerkiksi vedotessa yhdysvaltalaiseen – ja miksei eurooppalaiseenkin – yleisöön terrorisminvastaisen sodan aikana. Asiantuntijoita lainaamalla Monsanto pyrkii Bouldingin (1973, 170) esittämällä tavalla vetoamaan retorisesti eräänlaiseen tiedolliseen auktoriteettiin ja vahvistamaan näin viestinsä perillemenoaa. Sanavalinnoilla pyritään myös korostamaan ja dramatisoimaan uhkan harvinaislaatuisuutta ja globaaliutta, sillä ne koskevat koko ”ihmiskuntaa”, johon lukijan on tarkoitettu samaistuvan: ”Ihmiskunnan siirtyessä 2000-luvulle kohtaamme haasteita, jotka ovat ennenkuulumattomia ihmiskunnan historiassa” (Conservation tillage Brochure). Yritys esittää myös ihmiskunnan elämän olevan vaakalaudalla, jos toimiin ei tartuta nopeasti:

---

<sup>20</sup> Finite and dwindling energy resources. A fast-growing world population that will inevitably outstrip our capacity to produce enough food to meet our needs. Rapidly eroding soils that fill our waterways with sediment. Fresh water supplies that are limited but facing increased demand. The threat of global warming. Deteriorating air quality.

On kiistämätön tosiasia, että maaperä on ratkaisevan tärkeä peruselementti, joka elättää meitä: siitä on peräisin kasvien elämä, ja siksi myös eläinten elämä. Ilman maaperää ei olisi elämää lainkaan. [...] Kun hedelmällinen pintamaamme on menetetty, kuinka ihmiskunta ja sivilisaatiomme tulee selviytymään?<sup>22</sup> (Conservation tillage Brochure.)

Esimerkkien perusteella Monsanto retoriikan voidaan sanoa perustuvan eräänlaisen taistelun tai selviytymistarinan kuvaamiseen. Tämä taas assosioituu poikkeustilaan, jonka aikana on perusteltua ottaa käyttöön keinoja, joihin ei välttämättä muissa tilanteissa päädyttäisi. Yritys pyrkii näin perustelemaan arvostelua herättäneen toimintansa eräänlaisena välttämättömänä vastauksena itse määrittämiinsä uhkakuviin ja oikeuttamaan toimintansa poikkeuksellisuuden käsityksen avulla.

Monsanto pyrkii korostamaan aktiivisen toimijan imagoaan kysymällä, mikä on sen rooli ongelmien ratkaisussa ja mitä se voi tehdä. Yritys myös vastaa kysymykseensä itse: ”Maatalouden innovaatiot ovat ratkaisun avain – ja Monsanto lupaa tehdä osansa” (“Sustainable Agriculture”). Yritys esittää kaikkien toimipisteidensä ympäri maailman sen päämajasta St. Louisista lähtien keskittyvän maanviljelijöiden tukemiseen ja maanviljelyn tekemiseen kestävämmäksi (CSR Report, 33). Monsanto luo näin itselleen roolin keskeisenä toimijana suhteessa edellä määriteltyihin ongelmiin. Kappaleen alussa esitetyt ongelmat tuodaan esille uudestaan, tällä kertaa Monsanto itsensä ratkaisemana:

Yltäkylläisiä satoja, jotka jatkavat meidän ruokkimistamme ja vaatettamistamme. Vähemmän torjunta-aineita tiloillamme. Kestävämpi maanviljely, joka vaikuttaa mahdollisimman vähän ympäristöön. Bioteknologia saa aikaan tämän jo nyt, ja lupaa jopa yhä suurempia mahdollisuuksia satojen kehittymiseen tulevaisuudessa, mikä tulee hyödyttämään meitä kaikkia.<sup>23</sup> (Conservation tillage Brochure.)

Monsanto pyrkii näin asettamaan elämänlaadun globaalin parantumisen vastakkain kuvailemiensa uhkien kanssa nostaakseen omaa profiiliaan. Samalla retorinen, burkelaiseen identifiikaatioon tähtäävä ”me-kieli” tulee jälleen esiin: Monsanto mukaan ne haasteet, jotka odottavat maataloutta, odottavat ”tosiasiassa meitä kaikkia” (Challenges for Agriculture, Environment, Farmers and Future Generations). Bioteknologian tarjoamat mahdollisuudet Monsanto esittää ”mielenkiintoisena tarinana”, joka on ”ratkaisevan tärkeä sinulle ja minulle, lapsillemme ja lastenlapsillemme”. Yritys pyrkii näin identifioimaan uhkakuvat koskemaan jokaista lukijaa ja tarjoaa omat tuotteensa vastauksena määrittämiinsä ongelmiin. Se pyrkii läpi materiaalin assosioimaan toimintansa merkittäväksi globaalilla

---

<sup>21</sup> “Soil erosion is any nation's enemy—far worse than any outside enemy coming into a country and conquering it because it is an enemy you cannot see vividly,” [...]. “It's a slow creeping enemy that soon possesses the land.”

<sup>22</sup> It is an indisputable fact that soil is the crucial element that sustains us; from it springs plant life and, therefore, animal life. Without soil, there would be no life at all. [...] When our fertile topsoil is gone, how will mankind and civilization survive?

tasolla ja identifioimaan lukijan tähän maailmanlaajuiseen ”me”-yhteisöön, johon kuuluvat niin yritys, sitä ympäröivä yhteisö kuin tulevat sukupolvetkin.

Yritys käyttää retoriikkansa tukena paitsi valtioiden välisten organisaatioiden, myös kansalaisjärjestöjen raportointia maailman tilasta: osiossa ”Fact Sheet” Monsanto lainaa muun muassa YK:n elintarvike- ja maatalousjärjestön FAO:n, Maailmanpankin ja WWF:n laskelmia väestönkasvusta, köyhyyden globaalista jakautumisesta, maanviljelyn ympäristöpäästöistä sekä maanviljelijöiden elintasosta ”totta vai tarua” -kysymysten muodossa. Kansainväliset järjestöt tukevat näin yrityksen retoriikkaa objektiivisiksi esitettyinä lähteinä ja toimivat jälleen asiantuntijavaltaan viittaamisen tehokeinona. Asiantuntijoiden lausuntoihin vetoamalla yritys pyrkii määrittämään totuudeksi ne poimimansa lausunnot, jotka tukevat sen toiminnan näyttäytymistä positiivisessa valossa. Ilmeistä on, että järjestöjen lausunnoista olisi mahdollista löytää myös vastakkaiseen suuntaan viittaavaa aineistoa, eli Monsanto hyödyntää myös rajaamista ja poissulkemista retorisenä keinona.

Monsanto pyrkii korostamaan, että sen kuvaamat, tulevaisuudessa odottavat ongelmat eivät ole maataloustuotannon tehokkuudesta lähtöisin, vaan nimenomaan globaalien uhkakuvien aiheuttamia (Challenges for Agriculture, Environment, Farmers and Future Generations). Vetoamalla maatalouden nopeaan kehitykseen Monsanto pyrkii asettamaan viljelijäasiakkaansa positiiviseen valoon ja määrittämään resurssipulasta johtuvat ongelmat aiemmasta tuotannosta riippumattomiksi. Kuvaamansa globaalin resurssipulan lähtökohtiin tai syihin Monsanto ei kuitenkaan missään yhteydessä ota kantaa. Nähdessään riittämättömän tuotannon esimerkiksi nälänhädän syynä (esim. ”Improve Farmers' Lives”) Monsanto myös yksinkertaistaa yhteiskunnallisen ongelman keskittyessään pelkästään tuotantotekijöihin. Yritys ei lainkaan käsittele kysynnän ja tarjonnan kohtaamista globaalilla tasolla tai esimerkiksi ravinnon tuotantoa alueellisesti yli tarpeiden, vaan keskittää ongelmanratkaisumallinsa nimenomaan tuotannon kasvattamiseen (esim. ”Produce More”), mikä tukee sen omaa liiketoimintaa.

Käsitellessään yhteisöjä odottavia haasteita Monsanto myös hyödyntää vahvaa, tunteisiin vetoavaa retoriikkaa, joka on paatoksellisuudessaan yksi Aristoteleen määrittelemistä retorisen puheen lajeista<sup>24</sup>: ”Nälän vitsaukselle alttiimpien joukossa ovat pienet lapset, jotka kärsivät fyysisen tai psyykkisen kehityksen hidastumisesta. Mikä pahempaa, vuosittain arviolta 5,6 miljoonaa lasta kuolee ennen

---

<sup>23</sup> Bountiful harvests that continue to feed and clothe us. Fewer pesticides applied on our farms. A more sustainable agriculture with minimal effect on the environment. Biotechnology is already making these contributions, and there's even greater promise for future crop improvements that will benefit all of us.

<sup>24</sup> Aristoteles jakaa puhujan käytössä olevat retorisen suostuttelun keinot kolmeen tyyppiin: puhujan luonteeseen ja esiintymiseen pohjautuviksi (ethos), tiettyä tunnetilaa tavoitteleviksi tai yleisön mielentilaan vetoavaksi (pathos) ja tosiasioiden perustelemiseen (logos) (esim. Haapanen 1996, 31).

viidettä syntymäpäiväänsä nälästä johtuvien sairauksien vuoksi” (Challenges for Agriculture, Environment, Farmers and Future Generations). Tässä yhteydessä voisi kysyä, onko vastaava inhimillisen hädän hyödyntäminen PR-materiaalissa liiketoiminnan edistämiseksi kovinkaan eettistä – yritys voi esittää tavoittelevansa yhteiskunnallisen hyvinvoinnin edistämistä, mutta samalla se perustelee yhteiskuntavastuullista toimintaansa muualla materiaalissaan varsin liiketoimintalähtöisin motiivein (esim. luku 6.2.2.). Viittaus nostaakin esiin kysymyksen, missä menevät yritysviestinnän rajat – jos eivät eettiset, niin vähintään yrityksen taloudellisen hyödyn näkökulmasta asetetut rajat.

Korostaakseen asemaansa ongelmanratkaisijana yritys pyrkii retorisesti erottautumaan<sup>25</sup> kilpailijoistaan esittämällä perinteiset viljelymenetelmät riittämättöminä kohtaamaan tulevaisuuteen kuvatut uhkat: ”Todellisuus on, että eilisen viljelymenetelmät eivät pysty vastaamaan tämän päivän kasvavaan elintarvikekysyntään” (CSR Report, 19). Monsanto esittää myös, että ilman teknologista kehitystä uhkakuvat olisivat jo paljon vakavampia: jos tuottavuus ei olisi kasvanut sitten vuoden 1995, esimerkiksi viljelyalaa tarvittaisiin 160 miljoonaa hehtaaria lisää, mikä on yrityksen mukaan suurempi kuin Mongolian valtion pinta-ala (2007 Pledge Report, 32). Tässä yritys hyödyntää retorista yksinkertaistamista; maanviljelyssä on tapahtunut teknistä kehitystä globaalilla tasolla, mutta yritys lukee tuotannon kasvun pääosin bioteknologian ansioksi.

### **6.1.2. Yhteiskunnallisten vaikutusten valikointi globaalien hyvinvoinnin korostamisessa**

Keskeinen osa Monsanto yhteiskuntavastuuretoriikkaa on bioteknologian korostaminen välineenä, jonka avulla köyhät maanviljelijäyhteisöt saadaan ”nousemaan polviltaan ja takaisin jaloilleen” (2007 Pledge Report, 8). The World According to Monsanto kuitenkin kyseenalaistaa Monsanto retoriikan tuomalla esiin kehittyvien maiden viljelijöiden puheenvuoroja, joissa luetellaan geenimuunneltujen satojen aiheuttamia negatiivisia ilmentymiä maanviljelijäyhteisöissä. Paraguaylaisen Jorge Galeanon mukaan geenimuunnellut kasvilajit ”tuhoavat tieltään kaiken”, eivätkä ne voi esiintyä rinnakkain tavallisten lajien kanssa. Tavalliset sadot tuhoutuvat Galeanon mukaan myös siksi, että peltoja käsitellään RoundUp-kemikaalilla, ja paikalliset altistuvat samalla tuotteen sisältämille myrkyllisille aineille. Myös dokumentti pyrkii vetoamaan tunteisiin esittäessään, kuinka myrkyt kulkeutuvat kotipihoille tappaen eläimiä ja aiheuttaen myrkytysoireita lapsille: ”Kyseessä on hiljainen sota, joka hävittää yhteisöjä ja pienviljelijäperheitä. Lisäksi se tuhoaa maaseudun monimuotoisuuden. Se tuo kuolemaa, köyhyyttä ja sairauksia, samoin kuin tuhoaa elämäämme auttavat luonnonvarat.”



Dokumentti esittää myös, että geenimuunneltujen satojen viljely edistää tuotantopinta-alan keskittymistä hyvin pienelle vähemmistölle ja kasvattaa ulkomaista omistusta. Samalla viljely aiheuttaa slummiutumista, kun satatuhatta ihmistä pakenee vuosittain viljelmien alta kaupunkeihin. Lisäksi dokumentti arvostelee Monsantoa siitä, että se pakottaa Intiassa paikalliset ostamaan siemeniään nelinkertaisella hinnalla tavallisiin kasvilajeihin verrattuna alueilla, joilla muita vaihtoehtoja ei ole saatavilla. Seurauksena viljelijöiden on käännyttävä ”koronkiskureiden” puoleen, mikä taas ajaa viljelijät vararikkoon, jos sato on huono. Samalla dokumentti esittää intialaisyhteisöissä tapahtuvien maanviljelijöiden itsemurhien määrän kääntyneen räjähdysmäiseen nousuun geenimuunneltujen satojen viljelyn myötä, ja nimittää tätä ilmiötä ”kansainväliseksi skandaaliksi”. Dokumentti päästää ääneen agronomi Tarak Katen, joka kyseenalaistaa Monsanto väitteen geenimuunneltujen lajikkeiden soveltuvuudesta pienviljelijöille: ”Se on täysin virheellinen. Se on valhe.” Kuten esitetyistä kommentteista käy ilmi, myös dokumentti osallistuu kamppailuun yhteiskunnallisten totuuksien määrittämisestä.

Monsanto vastaa dokumentin esittämään kritiikkiin pyrkimällä korostamaan niitä kehityssuuntia, jotka sen on mahdollista esittää geenimuunneltujen kasvien viljelyn positiivisiksi seurauksiksi ja vaikenemalla dokumentissa esitetyn kritiikin yksityiskohdista. Yritys pyrkii kuvamaan roolinsa yhteisöissä niiden aktiivisena ja vastuullisena jäsenenä. Yhteistyökumppaneille osoitetussa kirjeessä, joka sisältää Monsanto laatiman ihmisoikeuspolitiikan (The Monsanto Human Rights Policy), on Monsanto logon alle lisätty sana *imagine*<sup>TM</sup>. Sanasta on korostettu ag-kirjaimia, jotka viittaavat maanviljelyyn (engl. agriculture). Termin käyttö hyvinvointikeskustelun yhteydessä assosioituu John Lennonin Imagine-kappaleeseen, joka taas yhdistyy vahvasti humanitaarisen työn ja solidaarisuuden käsitteisiin – hieman ironisestikin, sillä Lennon itse viittaa sanoituksessaan yksityisomaisuuden kumoamiseen. Aineisto vahvistaakin käsitystä Monsanto pyrkimyksistä heijastua jopa eräänlaiseksi ihmisoikeus- ja yhteiskuntavastuukysymyksiä käsitteleväksi aktivistiksi yritystoiminnassa.

Monsanto käyttää *imagine*-termiä myös muualla aineistossaan ja sellaisissa yhteyksissä, jotka sitovat yhteiskunnallisen kehityksen ja hyvinvoinnin maanviljelyn teknologiseen kehittämiseen. Jako on myös ehdoton – bioteknologian avulla yhteisöt voivat päästä eroon köyhyydestä, ja ilman tällaista kehitystä olosuhteissa ei tapahdu parannusta:

Kuvitelte: Mitä jos kehitysmaiden viljelijöiden ei tarvitsisi valita, laittavatko he lapsensa työskentelemään pelloilla vai lähettävätkö heidät kouluun? Intiassa monien pienviljelijöiden ei enää

---

<sup>25</sup> Burken (1989, 182, 190) identifikaatio-käsitteen toinen puoli on erottautuminen: identifikaatio merkitsee aina myös erottautumista jostakin, ja nämä keinot kompensoivat toisiaan.

tarvitse tehdä tätä valintaa, sillä he korjaavat suurempia satoja istuttamalla bioteknologista puuvillaa.<sup>26</sup> (CSR Report, 19.)

Monsanto perustelee sitoumustaan maatalousyhteisöjen elintason parantamiseen sillä, että paikallisyhteisöt ovat sen liiketoiminnan perusta: suurin osa yrityksen asiakkaista, työntekijöistä ja perheistä elää maaseutuyhteisöissä, joissa sadot kasvatetaan (emt., 13). Monsanto pyrkii näin burkelaisittain identifioimaan omat intressinsä näiden keskeisten sidosryhmiensä intresseihin.

Tuottavuuden korostamisella on keskeinen rooli Monsanto retoriikassa, ja Monsanto liittää tuottavuuden itse määrittelemiinsä hyvän elämän käsityksiin. Yrityksen raportoidessa viljelykasvien kysynnän kasvusta (emt., 9) esille ei missään vaiheessa nouse itse kulutuksen hillintä, mikä taas on ristiriidassa yrityksen rakentamaan imagoon vihreiden arvojen vaalijana. Monsanto painottaa ympäristönsuojelua ja kestävästä kehitystä, mutta samalla sekä sen oma liiketaloudellinen tulos että yhteiskuntavastuuretoriikka perustuvat tuotannon kasvattamiseen kysynnän hillinnän sijasta, jota taas ympäristöarvoista käytävässä keskustelussa painotetaan. Monsanto kestävän kehityksen linjaa horjuttaa myös se, että viljelijät eivät saa käyttää kasvien tuottamia siemeniä seuraavalla kasvukaudella, eli heidän on joka vuosi ostettava siemenet uudelleen Monsantoilta (luku 6.1.5.). Tämä tarkoittaa hukkatuotantoa, eli resurssien haaskausta: siementen tuotanto kuluttaa Monsanto retoriikassaan arvostamia maapallon resursseja ja viljelypinta-alaa, mutta tätä keskustelua ei aineistossa käydä lainkaan. Yrityksen retoriikka on siis ristiriitaista, ja Monsanto painottaa erilaisia olettamuksia väittämiensä tukena asiayhteydestä riippuen.

Vedotakseen jälleen asiantuntijoihin Monsanto tuo esiin ne tutkimukset, jotka tukevat geenimuunnellun teknologian positiivista vaikutusta yhteiskunnalliseen hyvinvointiin esimerkiksi taloudellisten ansioiden kasvun myötä (2007 Pledge Report, 41). Monsanto vetoaa tieteseen myös esittäessään raporteissaan omia laskelmiaan, joiden mukaan esimerkiksi Intiassa bioteknologiaa hyödyntäneet viljelijät ansaitsivat suurempia voittoja parempien satojen ja alhaisempien tuotantokustannusten avulla (emt., 42). Yritys jättää kuitenkin mainitsematta sen seikan, mikä käy ilmi aineistossa olevasta tulostaulukosta: sen oma tuote on kaksi kertaa kalliimpi, kuin perinteisiä viljelymenetelmiä hyödyntäneiden viljelijöiden ostamat siemenet. Yritys ei edellä käsitellyn tavoin tässä yhteydessä tuo esiin sitä, että geenimuunneltuja tuotteita viljelevistä poiketen perinteisiä tuotteita viljelevät voivat

---

<sup>26</sup> Imagine: What if farmers in developing countries did not have to choose between having their children work in the field and sending them to school? Many smallholder farmers in India no longer have to make that choice, because they reap bigger yields when planting biotech cotton.

säästää siemenensä edelliseltä satokaudelta. Käsitellessään yhteiskunnallista hyvinvointia Monsanto vetoaa myös jälleen aristoteelisen retoriikan keinoin vahvasti tunteisiin:

On enemmän kuin julmaa ironiaa, että niistä yli 850 miljoonasta ihmisestä, jotka menevät nälkäisinä nukkumaan joka ilta, vähintään puolet on maanviljelijöitä – kykenemättömiä kasvattamaan tarpeeksi ruokkiakseen itsensä. Nälkä iskee myös muilla tavoin. Kaksi miljardia ihmistä kärsii aliravitsemuksesta, “piilevästä nälästä”, joka heijastaa ruokavalion yksipuolisuutta. Arviolta 5,6 miljoonaa alle viisivuotiasta lasta kuolee joka vuosi nälkään liittyviin sairauksiin.<sup>27</sup> (“Improve Farmers' Lives”)

Lisäksi yritys pyrkii vetoamaan lukijan oletettuun arvomaailmaan esittäessään bioteknologian avulla saavutettujen taloudellisten hyötyjen vaikuttavan erityisesti naisten ja lasten elämään (emt.).

Korostaakseen tuotteidensa aikaansaamia positiivisia ilmentymiä Monsanto pyrkii kuvailemaan edistämäänsä elintason nousua ja kehitystä entiseen verrattuna:

Mitä tämä saa aikaan? Parempia elämäntylejä. Naiset saavat enemmän neuvolapalveluita ja lapset enemmän rokotuksia. Useimmat heidän lapsistaan käyvät koulua pidempään. Heidän maaseutuyhteisönsä hyötyvät myös suuresti. Kylät, joissa bioteknologista puuvillaa istutetaan, elättävät keskimäärin kolmanneksen enemmän kauppiaita ja kyläläisillä on korkeampi pääsy sähköön, juomaveteen, puhelinverkkoihin, pankkipalveluihin, parempiin internet-yhteyksiin ja parempi pääsy markkinoille.<sup>28</sup> (“Biotech Cotton Improving Lives of Farmers, Villages in India”.)

Monsanto pyrkiikin edelliset hyvinvointistandardit määrittelemällä osoittamaan, kuinka geeniteknologian hyödyntäminen maanviljelyssä on omiaan kasvattamaan sekä yhteisön että maanviljelijän itsensä hyvinvointia. Yrityksen julkaisemissa intialaisten maanviljelijöiden kertomuksissa tuotteet ovat parantaneet taloudellista hyvinvointia maataloilla ja perheissä, hyödyttäneet ympäröiviä kyliä, tuoneet parannuksia tavallisen maanviljelijän elintason ja johtaneet parempaan elämänlaatuun (“Conversations about plant biotechnology: Growers”). Kertomukset vaihtelevat yhteisön yleisen elintason ja viljelymenetelmien kehittymisestä, maataloustarvikkeiden ja lisämaan hankkimisesta yksityiskohtaisempiin arjen kuvauksiin, kuten väritelevisiosta ostoon tai matkusteluun (“Biotech Cotton Improving Lives of Farmers, Villages in India”; 2007 Pledge Report, 42). Materiaalissa korostetaan myös ajankäytön vapautumista: kehittyneempien menetelmien myötä viljelijöillä on enemmän aikaa myös perheelle ja harrastuksille (Conservation tillage Brochure).

---

<sup>27</sup> It's more than cruel irony that of the more than 850 million people who go to bed hungry every night, at least half of them are farmers – unable to grow even enough to feed themselves. Hunger strikes in other ways too. Two billion people suffer from malnutrition, a “hidden hunger” that reflects a lack of diversity in their diets. An estimated 5.6 million children under five years old die each year from hunger-related illnesses.

<sup>28</sup> What does this set in motion? Better lifestyles. Women get more maternal health care and children more inoculations. More of their children go to school longer. Their rural villages benefit greatly as well. Villages where biotech cotton is planted, on average, support one-third more merchants and villagers have increased access to electricity, drinking water, telephone systems, banking services, better Internet connections and better access to markets.

Monsanto hyödyntää retoriikassaan näin vetoamista länsimaisiin arvoihin ja (status)symboleihin sekä tunteisiin vetoavia tarinoita ihmiskohtaloista. Samalla yrityksen retoriikka viestiin sen tarkoitettuun kohdeyleisöön: vetoamalla länsimaisiin ”hyvän elämän” käsityksiin yritys pyrkii ilmeisesti puhuttelemaan länsimaisia kansalaisaktivisteja materiaalisissa esiintyvien paikallisten sijaan. Yrityksen hyödyntämä suostuttelu toimii näin eräänlaisena ”vastasuostutteluna” (Jowett & O’Donnell 1986, 28) dokumentin esittämälle arvostelulle.

Yritys esittää, että vastaavanlainen ”todistusaineisto” bioteknologian vaikutuksista hyvinvointiin tarjoaa suurta toivoa siitä, että viljelijät kykenevät jatkossa täyttämään jatkuvasti kasvavan väestön tarpeet (CSR Report, 8). Näin yritys liittyy retoriikassaan toimintansa jälleen osaksi suurempaa, globaalia tasoa, kokonaisen ihmiskunnan hyvinvointia. Retoriikka on tässä yhteydessä vahvaa siksi, että sen on tarkoitus vaikuttaa vallitseviin olosuhteisiin, sillä yritys jatkaa:

Mutta menestyksemme ei suinkaan ole taattu. Ihmisten ja valtioiden sosiaaliset, taloudelliset ja poliittiset tilanteet asettavat ainutlaatuisia haasteita ympäri maailman. Jotkut ihmiset esimerkiksi vastustavat tällaista teknologista kehitystä, joka on sallinut maailman ylläpitää vaivattomasti saatavilla olevaa ja kohtuuhintaista elintarviketarjontaa tähän asti.<sup>29</sup> (Emt.)

Geenimuunnellun ravinnon vastustajat pyritään näin tekemään etäiseksi ryhmäksi (”jotkut”), joka vastustaa yrityksen edellä kuvaamaa yhteistä hyvää, joka on edistänyt koko maailman hyvinvointia. Monsanto ei tuo esille kuvaamansa ryhmän syytä vastustaa geenimanipuloitua tuotantoa, vaan niputtaa vastustuksen epämääräisesti paikallisista olosuhteista johtuvaksi. Siellä missä oikeus yksilön valintaan tulee esiin (ks. esim. 2007 Pledge Report, 9), tekstistä on luettavissa syytös bioteknologian käytön yleistymistä vastustaneita poliittisia tahoja kohtaan. Vastalauseena geenimuunneltuihin tuotteisiin kohdistuvalle sääntelylle Monsanto pyrkii myös osoittamaan, että sen asiakkaiden luottamus yrityksen tuotteisiin on vahva: ”tämä odottamattoman korkea käyttöönottoaste todistaa miljoonien pien- ja suurviljelijöiden luottamuksesta ja uskosta bioteknologisia satoja kohtaan sekä teollisuus- että kehitysmaissa” (emt., 41). Tässä kohtaa yritys jättää mainitsematta sen monopoliasemasta käydyn keskustelun – dokumentin mukaan viljelijöillä ei monilla alueilla ole muita tuotevaihtoehtoja.

Geenimuunneltujen kasvien viljelypinta-alan kasvuun kohdistetusta kritiikistä huolimatta Monsanto näkee geeniteknologian keskeisenä apukeinona ympäristön resurssien suojelemisessa ja ympäristökuormituksen vähentämisessä (esim. “Biotech Seeds Reduce Pesticides, Cut Emissions Producing Big Environmental Benefits”). Monsanto esittää uuden teknologian käytön tuottavan

vähemmän ympäristövaikutuksia, sillä paranneltu teknologia vähentää torjunta-aineiden tarvetta ja peltojen myrkytysajojen vähentymisen myötä myös hiilidioksidipäästöjä sekä sitoo maanmuokkauksen vähentyessä myös enemmän kasvihuonepäästöjä. Tuottavuuden kasvattaminen myös vähentää yrityksen mukaan riskiä, että esimerkiksi sademetsiä tai muita arkoja ekosysteemejä muutettaisiin viljelysalaksi. (2007 Pledge Report, 2, 27.) Bioteknologian käytön esittäminen vihreänä elinkeinona ja vaihtoehtona sademetsien tuhoamiselle on retorinen keino ohjata keskustelu pois dokumentin esittämästä ympäristökritiikistä ja vakuuttaa yleisö bioteknologian ympäristöystävällisyydestä.

Vastapainona paraguaylaisten maanviljelijöiden esittämälle kritiikille Monsanto vetoaa myös yhdysvaltalaisiin kasvattajiin asiantuntijoina korostaakseen geenimuunneltujen tuotteiden positiivista vaikutusta ympäristöön. Yritys esittää maanviljelijöiden lausuntoja, joiden mukaan geenimuunnellut siemenet tarjoavat ”todella suuren” hyödyn ympäristölle esimerkiksi vesivarojen ja alueelle saapuvan eläinkunnan muodossa (”Biotech Soybeans Spur No-Till Farming in U.S. and Environmental Benefits”). Vahvistaakseen retoriikkaansa yritys myös esittää nämä maanviljelijät alan varsinaisina asiantuntijoina: ”Samalla kun monet tarjoavat neuvoja tai menettelytapoja kestäväää maantalous varten, viljelijät ovat niitä ihmisiä, jotka toteuttavat sen käytännössä” (Challenges for Agriculture, Environment, Farmers and Future Generations). Ympäristönsuojelu esitetään myös maanviljelijän elämään kuuluvana ydintekijänä ja bioteknologia taas tämän suojelun mahdollistajana (”Biotech Seeds Reduce Pesticides, Cut Emissions Producing Big Environmental Benefits”). Ympäristönsuojelua käsiteltäessä toiseksi asiantuntijaksi nostetaan lisäksi luonnonsuojelujärjestö WWF tehokkaamman maankäytön suosittelijana (Challenges for Agriculture, Environment, Farmers and Future Generations). Siinä, missä Robinin dokumentti korostaa paikallisten kulttuurien säilyvyyttä, Monsanto pyrkii ensisijaistamaan ravinnon tehotuotannon päällimmäisenä yhteiskunnallisena arvona.

Materiaalissaan Monsanto pyrkii määrittelemään maanviljelijän käsitteen, eli sen, keitä maanviljelijät ovat – mitä he tavoittelevat, mitä ongelmia he kohtaavat tai mitä he tuntevat. Tähän määritelmään eivät sisälly ne huolet, jotka dokumentti nostaa esille. Yritys puhuu voimakkaasti maanviljelijän suulla ja pyrkii puhuttelemaan asiakkaitaan yhteisönä. Monsanto retoriikka lähestyy maanviljelijäasiakkaita kahdesta eri näkökulmasta: toisaalta korostetaan tulevaisuudessa odottavia uhkakuvia ja haasteita (luku 6.1.1.), toisaalta ratkaisuna painotetaan Monsanto tuotteiden merkitystä ja yhteistyötä viljelijöiden kanssa. Yritys puhuttelee näkemyksellään kuitenkin pienviljelijöiden sijaan suurtilallisia, sillä se esittää

---

<sup>29</sup> But our success in by no means guaranteed. The social, economic and political realities of people and countries around the world pose unique challenges. For example, some people oppose the kind of technological advances that have allowed the world to maintain a readily available and reasonably affordable food supply thus far.

dokumentissakin mainitun, maalta kaupunkeihin suuntautuvan muuttoliikkeen hankaloittavan työvoiman saamista ja kaupunkien maantieteellisen laajenemisen kaventavan jatkuvasti käytettävissä olevaa viljelypinta-alaa. (Conservation tillage Brochure; CSR Report, 18.) Yritys ei kuitenkaan dokumentin tavoin tuo esille tämän muuttoliikkeen syytä, eli viljelyn keskittymistä kyseisille suurtiloille ja pienviljelyn katoamista.

Retoriikallaan Monsanto pyrkiikin painottamaan maanviljelyyn kohdistuvaa kuormaa ja esittämään vallitsevan tilanteen ahdistavana ja painostavana. Luomiinsa olosuhteisiin yritys tarjoaa ratkaisuksi omat tuotteensa, eli painostavan tunnelman on tarkoitus tukea sen tuotteiden näyttäytymistä positiivisessa valossa: ”Näiden suunnattomien globaalien haasteiden kohtaaminen vaatii parhaiden saatavilla olevien työkalujen asettamista viljelijöiden osaaviin käsiin”. Työkaluilla Monsanto tarkoittaa ”viimeisimpiä edistysaskeleita” geenimuunneltujen siementen, lannoitteiden ja ”kehittyneempien maanviljelykäytäntöjen” kohdalla. (“Produce More”). Lisäksi yritys pyrkii assosioimaan oman hyvinvointinsa asiakkaidensa hyvinvointiin: “Jos viljelijät eivät menesty, Monsanto ei menesty” (“How Monsanto Prices Seeds”). Monsanto pyrkii näin vahvasti identifioitumaan itse kuvailemaansa viljelijöiden ahdinkoon sekä toimivansa yhteistyössä viljelijöiden kanssa tämän ahdingon ratkaisemiseksi. Ahdingon määritelmä sisältää kuitenkin vain ne piirteet, joihin Monsanto kykenee esittämään tuotteidensa tarjoavan ratkaisun, ja dokumentin esittämä kritiikki geenimuunnellun tuotannon aiheuttamista negatiivisista ilmentymistä jätetään huomiotta.

### **6.1.3. Perusoikeuksien määrittely vallankäytön perusteena**

En ole koskaan nähnyt tilannetta, jossa yhdellä yrityksellä olisi yhtä musertava vaikutusvalta ylimmällä sääntelystä päättävällä tasolla, kuin Monsantoilla oli geenimuuntelua koskevan politiikkansa kanssa hallitukseen<sup>30</sup> (Jeremy Rifkin, *The World According to Monsanto*).

Kuten yllä olevasta kommentista käy ilmi, dokumentti nostaa esiin monikansallisten yritysten merkityksen poliittisina lobbaajina. Yhdysvaltain entinen maatalousministeri Dan Glickman kuvailee dokumentissa kohtaamaansa painostusta ja sitä, kuinka hallinnollinen ilmapiiri hänen mukaansa vaati bioteknologisten ja geenimuunneltujen tuotteiden puolustamista ja tieteellisen tutkimuksen välttämistä. Glickmanin mukaan häntä painostettiin teollisuudenalan ja myös hallinnon puolelta olemaan puuttumatta bioteknologisen tuotannon vapauttamiseen. Lausunnon perusteella Robin korostaa

---

<sup>30</sup> I have never seen a situation where one company could have so much overwhelming influence at the highest levels of regulatory decision making, as the example of Monsanto with its GM food policy in the government.

dokumentissaan yritysten vaikutusvaltaa: “Lyhyesti sanottuna, Yhdysvalloissa maatalousministerillä ei ole mitään mahdollisuuksia monikansallisia yrityksiä vastaan”.

Vallankäyttö ilmenee dokumentissa myös pyrkimyksinä tieteellisen tutkimustiedon salaamiseen tai yrityksen kannalta negatiivisten kannanottojen tukahduttamiseen. Yksi esimerkki dokumentissa on Arpad Pusztain Skotlannissa johtama hiiritutkimus, joka kyseenalaisti käytössä olevan bioteknologian turvallisuuden elintarviketeollisuudessa käytettynä. Pusztain esitettyä BBC:n haastattelussa olevan väärin käyttää kansalaisia koe-eläiminä hänet erotettiin ja kyseinen tutkijaryhmä hajotettiin. Dokumentissa esitetään, kuinka erottamisen syynä oli Blairin hallintoon kohdistettu ylikansallinen painostus, eli monikansallisten suuryritysten vaikutusmahdollisuudet ja merkitys paikallisen teollisuuden kannalta nostetaan esiin globaalilla tasolla. Toinen dokumentin esiintuoma, vastaava yritystoiminnan ja valtiojohdon välistä suhdetta kuvaava tapaus löytyy Ranskasta, jossa ranskalaisen tutkijaryhmän osoittama RoundUp-kemikaalin myrkyllisyys salattiin dokumentissa haastatellun tutkijan mukaan geenimuunneltujen kasvien tuotannon suojelemiseksi.

Lisäksi Robinin dokumentti pyrkii korostamaan Monsanto'n vaikutusvaltaa sisäpoliittisella tasolla Yhdysvaltain hallinnossa sekä elintarvikealaa säätelevissä virastoissa, kuten Yhdysvaltain elintarvike- ja lääkehallinnossa (Food and Drug Administration, FDA). Dokumentissa haastatellut ihmiset puhuvat ”pyöröovista”, jolla viitataan henkilökunnan liikkuvuuteen Monsantoilta hallinnon palvelukseen tai hallinnosta Monsantoille. Tuomalla esiin huomattavan usean henkilön vastaavan urakehityksen dokumentti pyrkii tuomaan näkyviksi Monsanto'n kiinteät suhteen Yhdysvaltain hallintoon ja alleviivaamaan, kuinka yritys kykenee yksittäisten henkilöiden avulla vaikuttamaan sen toimintaa säänteleviin tahoihin.

Monsanto ottaa ”Tiedoksi”-osastollaan<sup>31</sup> suoraan kantaa esitettyihin syytöksiin otsikoimalla internet-sivuillaan asiaa koskevan artikkelin nimellä ”Onko Monsantoilla kohtuuton vaikutusvalta hallitukseen?”<sup>32</sup>. Monsanto esittää, että yrityksen vastustajat ovat syyttäneet sitä tavasta vaikuttaa sopimattomalla tavalla niihin hallitukseen, jotka ovat hyväksyneet bioteknologian käyttöä tukevia lakiesityksiä tai menettelytapoja. Monsanto pyrkii tekemään nämä syytökset tyhjiksi esittämällä, että kritiikki johtuu bioteknologian saavuttamasta laajasta tuesta: Monsanto'n mukaan sen menestys ei johdu poliittisesta lobbauksesta, sillä yrityksen mukaan jo niiden valtioiden ja viljelijöiden lukumäärä, jotka

---

<sup>31</sup> ”Tiedoksi”-osastolla (”For the Record”) Monsanto käsittelee kysymyksiä, jotka on esitetty sen toimintaa kohtaan – useimmissa tapauksissa nämä kysymykset ovat olleet kritiikin muodossa. Osa analyysissä käytettävistä artikkeleista on tältä osastolta, mutta en ole nähnyt tarpeelliseksi erottaa näitä artikkeleita omaksi osiokseen lähdeluettelossa.

<sup>32</sup> ”Does Monsanto Have Undue Influence on Governments?”.

ovat hyväksyneet bioteknologian soveltamisen maanviljelyssä, viittaa siihen, että kohtuuttoman vaikutusvallan sijasta “hyödyllinen teknologia ja luotettava tiede” ovat olleet ratkaisevia tekijöitä yrityksen menestykselle. (Emt.) Määrälliseen menestykseen vetoamalla yritys pyrkii häivyttämään kysymyksen siitä, miksi geenimuunnellun teknologian käyttö on sallittu niin nopealla tahdilla esimerkiksi Yhdysvalloissa ilman pitkän aikavälin tuoteturvallisuustutkimusta.

Monsanto vastustaa voimakkaasti poliittiseen toimintaansa kohdistuvaa kritiikkiä ja esittää, että myös yrityksen vastustajat puolustavat asemiaan suhteessa hallituksiin. Monsanto pyrkii korostamaan sekä itsensä, kumppaneidensa että vastustajiensa toimineen aktiivisesti suhteissaan ”lähes jokaiseen maailman hallitukseen” jokaisen osapuolen yrittäessä edistää omia kantojaan. Yritys sanoo lobbaavansa siksi, että kannattaa ”luotettavan tieteenharjoittamisen periaatteille perustuvaa politiikkaa, säännöstelyä ja lainsäädäntöä”. Samalla Monsanto puolustaa voimakkaasti oikeuttaan lobbaukseen: ”Juuri näin asioiden tulee olla. Jokaisen oikeus ja velvollisuus on osallistua tämänkaltaisiin prosesseihin”. (Emt.) Määritellesään lobbauksen jokaisen oikeudeksi ja velvollisuudeksi yritys pyrkii tekemään kritiikin tarpeettomaksi esittämällä yrityksen vaikutuspyrkimyksiä arvostelleille tahoille oikeuden vastaavaan toimintaan. Vedotessaan luotettavan tieteenharjoittamisen periaatteeseen Monsanto myös pyrkii häivyttämään dokumentin esittämät, tutkimustulosten vääristelyä ja peittelemistä sekä tutkijoiden uhkailua koskevat syytökset.

Vedotessaan toimijoiden poliittisiin oikeuksiin ja velvollisuuksiin Monsanto tulee puolustaneeksi jonkinasteista globaalidemokratiaa. Tällaisen demokraattisen keskustelun olisi kuitenkin määrä häivyttää valtasuhteiden epätasapaino, jota koskevaan kysymykseen myös Monsanto näyttäisi artikkelin otsikon perusteella pyrkivän vastaamaan. Otsikosta huolimatta yritys ei kuitenkaan puhu lainkaan toimijan käytettävissä olevista resursseista tai siitä, missä roolissa monikansallisen yrityksen taloudellinen asema toimii suhteessa tämän vaikutusvaltaan. Monsanto näyttää kuitenkin selkeästi tiedostavan omat vaikutusmahdollisuutensa, sillä välillä yrityksen lausumat voidaan tulkita varoituksena: ”Varmistaakseen, että viestimme kuullaan ja ymmärretään, Monsanto voi päättää osallistua poliittiseen toimintaan” (Code of Conduct Policy, 5).

Perustellessaan toimintatapojaan yritys tulee määritelleeksi myös hallituksen roolin: ”Yksi hallituksen tehtävistä asian suhteen on arvioida jokaisen osapuolen antama palaute ja tehdä perusteltuja poliittisia päätöksiä, jotka tukevat yleistä etua” (“Does Monsanto Have Undue Influence on Governments?”). Monsanto esittää hyvän hallinnon perustana olevan informoidun päätöksenteon, mistä seuraa, että myös sen on toimijana esitettävä kantansa poliittisille päättäjille:



Monsanto on sitoutunut osallistumaan rakentavasti poliittiseen prosessiin, sillä tällainen osallistuminen on elintärkeää yrityksen menestykselle pitkällä aikavälillä. Kansallista kauppaa, ympäristöä, verotusta sekä patenttioikeuksia koskevat lait ja säädökset vaikuttavat suoraan Monsantoon. Yrityksenä, joka on sitoutunut tuottamaan uusia, hyödyllisiä teknologioita viljelijöille ja luomaan arvoa osakkeenomistajille, Monsanto on olennaista osallistua poliittisiin prosesseihin valistaakseen poliittisia päätöksentekijöitä toimialamme keskeisistä kysymyksistä. Me uskomme, että asiantuntevat päättäjät ovat hyvän hallinnon lähtökohta.<sup>33</sup> ("Political Disclosures".)

Monsanto esittää näin selvyytensä, että yrityksen kuuluu osallistua poliittiseen toimintaan, ja tuo esiin myös poliittisen toiminnan merkityksen liiketaloudelliselle menestykselle. Esiintyessään asiantuntijana ja puhuessaan "valistamisesta" se myös kyseenalaistaa päättäjien osaamisen – yrityksen on tarjottava hallussaan oleva tieto, joka esitetään neutraalina ja objektiivisena, "asiantuntevaa" päätöksentekoa varten. Poliittista toimintaa käsittelevää artikkelia lukuun ottamatta vallankäyttö on kuitenkin aihe, jota yritys sivuaa PR-materiaalissaan vähän – Monsanto välttää tuomasta esiin, että se pyrkisi tietoisesti vaikuttamaan sidosryhmien kantoihin.

Monsanto ottaa kantaa myös dokumentin esittämään kritiikkiin yrityksen kiinteistä suhteista Yhdysvaltain hallintoon entisten tai nykyisten työntekijöidensä myötä. Monsanto esittää kritiikoiden pitävän yhteistyötä esimerkkinä Monsanto ja hallituksen välisestä "salaliitosta". Vastatessaan kritiikkiin yritys hyödyntää yksinkertaistamisen retoriikkaa:

Tällaiset teoriat jättävät huomiotta sen yksinkertaisen totuuden, että ihmiset vaihtavat säännöllisesti työpaikkaa löytääkseen toimia, jotka vastaavat heidän kokemustaan, taitoaan ja intressejään. [...] On täysin luonnollista, että hallinnon jäsen, joka päättää bioteknologian olevan positiivinen, hyödyllinen teknologia, haluaa työskennellä bioteknologiayritykselle, aivan kuten vastakkaisesti ajatteleva löytäisi työn maanviljelyyn sovellettavaa bioteknologiaa vastustavasta järjestöstä.<sup>34</sup> ("Does Monsanto Have Undue Influence on Governments?")

Yrityksen mukaan työntekijöiden liikkuvuudesta hyötyvät sekä julkinen että yksityinen sektori, sillä työnantajilla on mahdollisuus tavoitella pätevintä ja osaavinta työvoimaa (emt.), eli kysymys yrityksen vaikutusvallasta ohitetaan, käännetään positiiviseksi "osaavimman ja pätevimmän" työvoiman muodossa sekä selitetään työntekijöiden luonnollisilla, henkilökohtaisilla intresseillä.

---

<sup>33</sup> Monsanto is committed to participating constructively in the political process, as such participation is essential to the Company's long-term success. Federal trade, environmental, tax and patent laws and regulations directly affect Monsanto. As a company committed to bringing new, valuable technologies to farmers and to creating value for shareowners, it is essential that Monsanto be involved in the political process to educate policy makers regarding our industry's issues. We believe that well-informed decision-makers are the basis for good government.

<sup>34</sup> Such theories ignore the simple truth that people regularly change jobs to find positions that match their experience, skills and interests. [...] It makes perfect sense that someone in government who has concluded biotechnology is a positive, beneficial technology might go to work for a biotech company, just as someone who believes otherwise might find employment in an organization which rejects agricultural biotechnology.

Vaikka Monsanto välttää vallankäytöstä puhumista materiaalissaan, sen yhteiskuntavastuullisuutta käsittelevä aineisto itsessään toimii vallankäytön välineenä ja pyrkimyksenä vaikuttaa suoraan poliittisiin päättäjiin. Monsanto asettaa valtiot suoraan vastuuseen siitä, että kieltäessään bioteknologian käytön ne toimivat esteenä yhteiskunnalliselle kehitykselle: yrityksen mukaan valtioiden ja yksilöiden ”sosiaaliset, taloudelliset ja poliittiset realiteetit asettavat ainutkertaisia haasteita” (CSR Report, 8). Poliittisen toiminnan vertaaminen haasteeseen on sinänsä mielenkiintoista, että Monsanto käyttää retoriikassaan sanaa haaste myös aliravitsemuksesta, ympäristön saastumisesta ja eroosiosta (esim. Conservation Tillage Brochure), mikä vahvistaa Monsanto pyrkimyksiä bioteknologisten tuotteiden vastustamisen identifioimiseen koko yhteiskunnan hyvinvointia uhkaavaksi tekijäksi. Esittämällä nämä ”poliittiset realiteetit” vastakkaisina yrityksen yhteiskuntavastuullisille mutta markkinatalouslähtöisille toimintatavoitteille yritys pyrkii esiintymään epäpoliittisena toimijana ja korostamaan yksityisen sektorin merkitystä yhteiskunnallisen hyvän tuottajana. Samalla se pyrkii rajoittamaan poliittisten vallankäyttäjien legitimitettiin suhteessa omaan toimintaansa identifioimalla poliittisen säätelyn yhteiskunnallista kehitystä rajoittavana ja näin negatiivisena myös yksilön eli toisen keskeisen yleisönsä näkökulmasta.

Monsanto pyrkii korostamaan, että bioteknologian nopeaa hyväksyntää ja yksityissektorin investointeja tukevaa politiikkaa vaalivissa maissa viljelijät voivat odottaa nauttivansa nopeammalla tahdilla kasvavista sadoista kuin niiden valtioiden viljelijät, joissa vastaavaa politiikkaa ei ole vielä pantu käytäntöön. Yritys esittää uskovansa tavoitteidensa olevan saavutettavissa valtioissa, jotka tarjoavat riittävän nopeita päätöksiä bioteknologisten tuotteiden hyväksymiseksi ja puoltavat patenttioikeuksia yksityissektorin investointien helpottamiseksi. (CSR Report, 10–11.) Monsanto myös painostaa kansallishallintoja tukemaan yrityksen toimintaa: esimerkiksi Intian tapauksessa se kehottaa valtionhallintoa kannustamaan tuotekehitykseen kohdistuvia sijoituksia teknologian kehittämiseksi ja ”maanviljelijöiden valinnanvaran kasvattamiseksi” (”Cotton in India”). Yritys pyrkii näin materiaalissaan puhuttelemaan vallankäyttäjiä suoraan. Aineisto tuo selkeästi esiin vastakkainasettelun poliittisten päättäjien ja suuryritysten välillä: geenimuunnellun teknologian suhteen päättäjät harjoittavat juuri sitä sääntelyä, jonka puutteesta monet valtiollisen suvereniteetin heikkenemistä ja monikansallisten yritysten kasvavaa valtaa korostaneet kriitikot ovat valtiojohtoa kritisoineet (luku 3.6.). Materiaalista käy myös ilmi, että Monsanto suhtautuu tähän sääntelyyn hyvin negatiivisesti.

Puhutellakseen yleisöään yritys vetoaa vahvasti myös liberalismiin esittäessään uudet innovaatiot vaihtoehtona, johon jokaisella viljelijällä tulisi olla oikeus: ”Maanviljelijät kaikkialla ansaitsevat

tilaisuuden valita tarvitsemansa työkalut parantaakseen elämäänsä ja samalla naapureidensa elämää” (“Improve Farmers’ Lives”). Yksilöllä tulisi siis olla oikeus valita haluamansa elinkeino, eikä tätä pitäisi poliittisella päätöksenteolla rajoittaa. Näkökulman voi olettaa saavan vastakaikua etenkin länsimaissa, ja se assosioituu historialliseen keskusteluun elinkeinonharjoittamisen vapaudesta. Vastaavaan individualismiin verrattuna on kuitenkin erikoista, että yritys korostaa myös yhteisön merkitystä suhteessa yksilöön: yhteisö nähdään yleisen hyvinvoinnin turvaajana ja toisaalta yksilön velvollisuudeksi määritetään osallistua yhteisönsä hyvinvoinnin kasvattamiseen (esim. “Biotech Cotton Improving Lives of Farmers, Villages in India”).

#### **6.1.4. Poliittisten pelkojen hyödyntäminen retorisenä keinona**

Robinin dokumentti sivuaa myös keskustelua Monsanto toiminnalle tärkeistä biopolttoaineista esittämällä, että biopolttoaineet ovat nostaneet elintarvikehintoja ja kasvattaneet äkillisesti geenimuunneltujen kasvien viljelyn suosiota alueilla, joilla perinteiset kasvilajit menestyvät hyvin luontaisten viljelymenetelmien avulla. Lisäksi ravinnoksi kelpaavien kasvien käyttäminen polttoaineeksi on saanut osakseen huomattavakseen kritiikkiä globaalilla tasolla, mikä tulee esiin myös Monsanto laatimassa yhteiskuntavastuumateriaalissa.

Perustellakseen biopolttoaineiden tarpeellisuutta Monsanto nostaa esiin taistelun resursseista. Koska resurssit maapallolla vähenevät, yrityksen mukaan kamppailu pinta-alasta, energiasta ja vesivaroista kiristyy, jolloin teollisuusmaiden on löydettävä uusia ratkaisuja kehittyvien talouksien, kuten Kiinan ja Intian alkaessa kilpailla energiasta. Monsanto myös vetoaa länsimaisiin poliittisiin auktoriteetteihin esittämällä, että poliittinen tuki Yhdysvalloissa ja Euroopassa on asettunut tukemaan ehdotuksia, joiden mukaan riippuvuutta ulkomaisista energialähteistä tulisi vähentää. Yritys pyrkii myös korostamaan Yhdysvaltojen raakaöljyntuonnin suuruutta uhkakuvana ja lainaa Kansainvälistä energijärjestöä IEA:ta kuvatessaan energiakysynnän kasvua korostaakseen vaihtoehtoisten energialähteiden tarvetta ja bioenergian käytön etua kotimaisena energialähteenä. (Challenges for Agriculture, Environment, Farmers and Future Generations.)

Aineistollaan Monsanto ottaa näin kantaa Yhdysvalloissa käytävään energiapoliittiseen keskusteluun kansallisen energianhuollon turvaamisesta. Käsitellessään kansallisvaltioiden energiapolitiikkaa edellä esitetystä kilpailunäkökulmasta Monsanto tulee myös kuvanneeksi realistista kamppailua resursseista. Samalla kuvaus kiinnittyy Strangen esittämään teoriaan rakenteellisesta vallasta (ks. luku 3.3.). Kyseinen osio Monsanto PR-materiaalissa toimii osoituksena siitä, kuinka monikansalliset yritykset

vaikuttavat toimijoina kansainvälisessä järjestelmässä vallitsevaan kamppailuun vallasta ja resursseista: Strangen kuvauksen kaltaisesti yritys tavoittelee rakenteellista valtaa pyrkiessään esiintymään energioresurssien haltijana ja energiahuollon turvaamiseen positiivisesti vaikuttavana toimijana. Samalla Monsanto myös pyrkii omalla retorisella toiminnallaan vaikuttamaan globaalin energiahuollon tulevaisuudesta vallitseviin käsityksiin.

Vahvistaakseen myönteisiä käsityksiä bioenergian tuotannosta Monsanto vetoaa myös maaseutuyhteiskuntien jatkuvuuteen ja energiantuotannon mukanaan tuomiin kasvaviin investointi- ja työllisyysmahdollisuuksiin. Samalla yritys myös hakee kaikupohjaa vihreistä arvoista pyrkimällä korostamaan kasvihuonepäästöjen ja uusiutuvien energianlähteiden huomioimista. Lisäksi Monsanto pyrkii puhuttelemaan kuluttajia luettelemalla aineistossaan etanolintuotannon luomat työpaikat ja verotulot sekä esittämällä kuluttajien hyötyneen etanolintuotannon polttoainehintoja alentavista vaikutuksista. (Challenges for Agriculture, Environment, Farmers and Future Generations.) Samalla yritys pyrkii ohjaamaan kulutusta esittämällä, että tavallisen kuluttajan on kustannustehokkaampaa kannattaa biopolttoaineita kuin vastustaa niitä. (“Monsanto's Biofuels Story – Food and Fuel: It’s not an ‘either/or’ equation”.) Biopolttoaineiden kohdalla yritys puhuu nimenomaan yhdysvaltalaisesta kuluttajasta, mikä on ristiriidassa sen muutoin globaalia hyvinvointia edistävän retoriikan kanssa. Biopolttoaineista käytävä keskustelu näyttääkin olevan suunnattu nimenomaan länsimaiselle yleisölle, sillä se ei kestä globaalin tason kritiikkiä elintarviketuotantoon käytettävissä olevien resurssien suuntaamisesta polttoainetuotantoon.

Tähän kritiikkiin Monsanto reagoi arvostelemalla kriitikoitaan siitä, etteivät he tarjoa vaihtoehtoisia ratkaisuja Monsanto kuvaamiin tulevaisuudenongelmiin: ”Biopolttoaineiden syyttäminen elintarvikehintojen noususta ja globaalista elintarvikepulasta sekä siitä, että ne ovat haitallisia ympäristölle, on helppoa. Mikä on vaikeaa, on keksiä ideoita, jotka tarjoaisivat pitkän aikavälin ratkaisuja kasvavaan elintarvikkeiden, rehun ja polttoaineen<sup>35</sup> kysyntään” (emt.). Yritys kohtaa siis esitetyn kritiikin väittämällä, että sen on tasapainoteltava kaikkien uhkakuvien välillä. Monsanto myös pyrkii korostamaan, että tuottavuuden kasvun avulla se kykenee täyttämään ”kasvavan maailman kaikki tarpeet” – viljelijät kykenevät uuden teknologian ja viljelymenetelmien avulla tuottamaan tarpeeksi elintarvikkeita, rehua ja polttoainetta (emt.). Toisaalta voidaan kysyä, miksi energiantuotanto, johon on olemassa huomattavasti enemmän muita tuotantovaihtoehtoja, arvioidaan

---

<sup>35</sup> Monsanto käyttää läpi koko yhteiskuntavastuu-aineistonsa iskulauseena pääosin “food, feed and fuel”-kolmikkoa, mutta esimerkiksi yhteiskuntavastuuraportissa (CSR Report, 2) ihmis- ja eläinravinnon tuotanto on yhdistetty feed-termin alle ja kolmanneksi lenkiksi on astunut puuvillantuotantoa tukeva vaatetus (“feed, fuel and clothe”).

elintarviketuotannon rinnalle – tai kenties jopa sen edelle. Vastaus liittyy todennäköisesti siihen, että kyseessä on yritykselle uusi aluevaltaus, jonka avulla se voi kasvattaa liikevaihtoaan. Toinen peruste nivoutuu edellä käsiteltyihin teorioihin vallasta, joihin energiapolitiikka keskeisesti liittyy: energiantuotanto nähdään kansainvälisen politiikan tasolla elintarviketuotantoa painavampana resurssina ja rakenteellisen vallan välineenä.

### **6.1.5. Patenttioikeudet rakenteellisen vallankäytön välineenä**

Johdannossa esitetty Vandana Shivan vetoamus Intian maatalouden puolesta tuo esiin elintarviketuotantoon sisältyvän rakenteellisen vallankäytön ulottuvuuden. Dokumentti ottaa voimakkaasti kantaa maanviljelyalan patenttioikeuksia vastaan ja kuvailee, kuinka yrittäjien on ostettava siemenensä vuosittain uudelleen, sillä edeltävän vuoden sadon käyttäminen viljelytarkoitukseen on kielletty patenttioikeuksiin vedoten. Shiva esittää patenttikäytännön perusteella, että Monsanto tukeman toisen vihreän vallankumouksen tarkoituksena on voittojen takaaminen Monsantoille väestön ruokkimisen sijasta. Shivan mukaan yritys tavoittelee patenttien ulottamista mahdollisimman moneen kasviin, minkä tuloksena se kykenisi hallitsemaan elintarvikkeita ja siemeniä omaisuutena, josta sillä olisi oikeus kerätä tekijänoikeusmaksuja.

Toinen dokumentin esiin nostama patenteista käyty kiistakysymys liittyy Monsanto ja sen viljelijäasiakkaiden välisiin oikeustaisteluihin. Monsanto esitetään nostaneen useita syytteitä asiakkaitaan vastaan ja aiheuttaneen samalla maanviljelijöiden konkurssseja. Robin päästää dokumentissa ääneen Troy Roushin, joka kuvailee kohtaamiaan vaikeuksiaan yrityksen yhteistyöhaluttomien tutkijoiden kanssa syyttäen samalla Monsantoa myös yksityisalueelle tunkeutumisesta. Roush myös pyrkii korostamaan, kuinka Monsanto patenttipolitiikka tuhoaa viljelijöiden välisiä luottamuksellisia suhteita, koska viljelijät voivat kannella toisistaan Monsanto perustamien päivystävien ilmoituspuhelinten välityksellä.

Vastauksena patenttioikeuksista esitettyyn kritiikkiin Monsanto aloittaa patenttioikeuksiensa perustelemisen retorisella yksinkertaistuksella verraten tuotteitaan mihin tahansa muuhun tuotteeseen:

Kun uusi Microsoft Officen versio saapuu markkinoille, se on tekijänoikeussuojattu. Et voi ostaa tuotetta, kopioida sitä ja myydä ystäville – tai muuten sitä kutsutaan piratismiksi. Samoin on Monsanto patentoitujen siementen kanssa.<sup>36</sup> ("Why Does Monsanto Patent Seeds?")

---

<sup>36</sup> When a new edition of Microsoft Office hits the market, it's copyrighted. You can't buy a copy, burn it and sell it to your friends—or else it's called piracy. It's the same with Monsanto's patented seeds.

Monsanto siis esittää, että sillä on yhtä suuri oikeus suojata tuotteensa patenteilla kuin millä tahansa muulla yrityksellä. Se, mitä Monsanto ei kuitenkaan tässä huomioi, on, että väittämä ei tue sen yhteiskuntavastuun ja kestävän kehityksen retoriikkaa: hieman kärjistetysti voidaan sanoa, että toisin kuin Monsanto (esim. ”Improve Farmers' Lives”), Microsoft ei väitä tuotteidensa olevan ratkaisu nälänhädän kaltaisiin globaaleihin ongelmiin.

Patenttikysymyksen tärkeys yrityksen toiminnan kannalta näkyy siinä, että aihetta käsitteleviä artikkeleita on sen mittasuhteisiin verrattuna huomattavan paljon. Monsanto perustelee patenttioikeuksiaan geenimuunneltujen siementen erolla tavallisiin siemeniin: yrityksen tuotteita ei löydy luonnosta, eli ne eroavat alkuperäisestä. Koska siemenet on luotu tieteellisin menetelmin ja ne ovat tämän seurauksena ”huomattavasti arvokkaampia”, täyttää toiminta yrityksen mukaan patentin vaatimukset: ”Maatalousalan yritykset, kuten Monsanto, voivat patentoida siementen ominaisuuksia muuntavaa teknologiaa, koska sitä pidetään immateriaalioikeutena, ja immateriaalioikeudet on suojattu Yhdysvalloissa”. (”Why Does Monsanto Patent Seeds?”.) Tässä merkittävää on vetoaminen Yhdysvaltojen oikeuskäytäntöön: vaikka Monsanto toteaa pohtivansa toimissaan, mikä on oikein lain kirjaimen sijaan (esim. Code of Conduct Policy (CEO Letter)), tässä yhteydessä epäeettisyydestä arvosteltua toimintaa perustellaan nimenomaan sillä, että se on laillista. Lisäksi Monsanto soveltaa Yhdysvaltojen paikallista oikeuskäytäntöä globaalilla tasolla luoden ja määrittäen samalla kansainvälistä poliittista lainsäädäntöä, sillä se esittää Yhdysvaltojen oikeuskäytännön eräänlaisena universaalilakina ja pyrkii näin syrjäyttämään muiden alueellisten ja paikallisten lainsäädäntöjen merkityksen.

Perusteluna patenttioikeuksille esitetään myös se, että teknologian mukanaan tuomat, maanviljelijöille koituvat hyödyt nähdään merkittävämpinä kuin viljelijöille koituvat haitat ostokustannuksista (”Why Does Monsanto Patent Seeds?”). Monsanto mukaan bioteknologisia tuotteita koskevat patentit eivät tuota hyötyä vain yrityksille, vaan ”ne hyödyttävät kaikkia” (”What are the Implications of the Quanta v. LG Supreme Court Ruling?”). Vetoamalla retorisesti me-henkeen yritys pyrkii esittämään patenttioikeudet lopulta yhteiskunnallista hyvää tuottavana säädöksenä. Perustelussa myös viljelijöiden taloudellinen hyvinvointi ensisijaistetaan, sillä yritys ei käsittele patenttioikeuksien merkitystä ympäristönsuojelun tai kestävän kehityksen kannalta.

Patentteja perustellaan myös sillä, että Monsanto on saatava tuloja rahoittaakseen tutkimus- ja kehitystyötään (esim. ”Why Does Monsanto Patent Seeds?”). Eniten sijaa saama perustelu tekijänoikeuksille onkin se, että niiden esitetään toimivan tuotekehityksen mahdollistajana. Monsanto

esittää, että jos viljelijät jättäisivät patenttilait huomiotta säästämällä siemeniä, yritys ei kykenisi rahoittamaan jatkuvasti ”uudempien ja parempien” teknologioiden kehittämistä (”Pilot Grove Co-op”). Ilman patenttien tarjoamaa suojaa yrityksillä ei olisi kannustinta investoida ”viljelijöitä ja kuluttajia hyödyttävien tuotteiden” tutkimus- ja kehitystyöhön (”What are the Implications of the Quanta v. LG Supreme Court Ruling?”). Patenttioikeudet esitetään siis keskeisten sidosryhmien, viljelijöiden ja kuluttajien edun turvaamisena. Osa patenteista koskevaa retoriikkaa onkin tapa kuvata tuotekehittely yhteiskuntaa hyödyttävänä toimintana, jonka edellytyksenä tai ehtona ovat patenttien avulla saadut tulot.

Monsanto vetoaa jälleen myös asiantuntijavaltaan esittämällä, että ”monet asiantuntijat” pitävät markkinalähtöisiä ratkaisuja kaikkein kestävimpana keinona maataloustuotteiden kehittämiseksi ja hyödyntämiseksi (”Should Crucial Technology be Patentable?”). Yritys pyrkii lisäksi korostamaan tuotevalvontapäällikkönsä sanoin, että sen määrittämät kestävän kehityksen tavoitteet ovat saavutettavissa patenttioikeuksista huolimatta:

Luulen, että olemme saavuttaneet oikein hyvän tasapainon sen välillä, mikä on hyväksi yhteiskunnalle ylipäänsä ja mikä on parasta tällaisen uuden teknologian motivoimiseksi sen avulla, että tällaiset edistysaskeleet ovat patentoitavissa. [...] Luulen, että se tulee olemaan erittäin kestävä tapa maailman kasvavan väestön ruokkimiseksi.<sup>37</sup> (”Why Does Monsanto Patent Seeds?”.)

Patenttioikeudet kiinnitetään näin maaseutuyhteisöjen elintasosta ja hyvinvoinnista käytyyn keskusteluun, ja käsitys myyjän ja asiakkaan välisestä liiketoiminnasta häivytetään taustalle.

Samalla yritys pyrkii myös vastaamaan kritiikkiin siitä, että vuosittaiset hankintakustannukset asettavat köyhemmistä oloista tulevat viljelijät heikompaan asemaan: ”Patentit eivät ole esteenä tämän teknologian tuomiseksi köyhille. Sen sijaan ne helpottavat teknologisia innovaatioita, jotka hyödyttävät kaikkia maanviljelijöitä, mukaan lukien kaikkein köyhimmät” (”Should Crucial Technology be Patentable?”). Yritys pyrkiikin patenttikysymyksissä profiloitumaan maanviljelijöiden edut turvaavaksi toimijaksi ja tekemään pesäeron puhtaaseen voitontavoitteluun. Samassa yhteydessä yritys esiintyy myös hyväntekeväisyysprojektien rahoittajana: ”Myös viljelijöiden kanssa käydyistä oikeudellisista sovitteluista saaduista rahoista sata prosenttia sijoitetaan, mutta eri tavalla. Ne kaikki menevät stipendiohjelmien rahoitukseen ja nuorten maatalousjärjestöille, kuten 4 H:lle ja Future Farmers of America:lle” (”Why Does Monsanto Patent Seeds?”). Monsanto pyrkii korostamaan oikeudenkäynneistä saatujen kulujen ohjaamista hyväntekeväisyyteen aina, kun patenttioikeuksista

keskustellaan ("Why Does Monsanto Sue Farmers Who Save Seeds?"; "Settling the Matter"; "Monsanto's Position on Seed Patent Infringement"). Kyse on Tikkasen ym. (2007) määrittelemistä retoriikan korporaatiomarkkinoista, eli yhteiskunnallista hyvää tuottavan toiminnan korostamisesta PR-keinona (retoriikan korporaatiomarkkinoihin palaan tarkemmin luvussa 6.3.).

Lisäksi Monsanto pyrkii vetoamaan yleiseen käytäntöön ja alalla tällä hetkellä vallitseviin normeihin esittäessään, että myös muut alan yritykset toimivat Monsanto mukana vastaavasti ("Why Does Monsanto Sue Farmers Who Save Seeds?"). Yritys perustelee omaa politiikkaansa sillä, että myös "lähes kaikki muut" geenimanipuloituja siemeniä markkinoivat yritykset pitävät kiinni patenteistaan. Se esittää, ettei ole ainoa alan yritys, joka valvoo immateriaalioikeuksiaan: Pioneer, Agripro, Syngenta ovat kaikki käyneet oikeustoimiin niitä tahoja vastaan, jotka rikkoneet patenttilakeja yritysten luomien tuotteiden suhteen. ("Settling the Matter".) Keskeistä on, että Monsanto esiintyy edelläkävijänä valtaosassa yhteiskuntavastuullista toimintaa käsittelevää materiaalia, mutta tässä kysymyksessä turvautuu alalla vallitsevaan käytäntöön. Korostamalla patenttioikeuksia yleisenä käytäntönä yritys myös pyrkii retoriikan avulla ylläpitämään ja suojelemaan tätä käytäntöä (vrt. Wilcox ym. 2000, 216).

Yritys myös esittää patenttioikeuksien vahvistamisen oikeusteitse kuluttajien ja osakkeenomistajien edun suojelemisena ("Monsanto's Position on Seed Patent Infringement"), eli se välttää korostamasta omaa tulojenmenestystään tässä yhteydessä. Patenttirikkomukset Monsanto leimaa vääräksi toiminnaksi ja määrittää sen, mitä viljelijöiden tulisi ajatella asiasta: "He ymmärtävät sopimuksen yksinkertaisuuden, eli yrityksen on saatava korvaus tuotteistaan. [...] Heidän mielestään ei ole reilua, että jotkut viljelijät eivät maksa" ("Why Does Monsanto Sue Farmers Who Save Seeds?"). Monsanto myös identifioi patenttilain noudattamisen minkä tahansa lain noudattamiseen – sopimusten rikkominen on yrityksen mukaan yksinkertaisesti väärin: se, että Monsanto vaatii korvausten täytäntöönpanoa patenttirikkomuksissa, ei juuri eroa muiden lakien täytäntöönpanosta. Yritys vetoaa viljelijöihin myös perustelemalla yksittäisen sopimusrikkojan saavan etulyöntiaseman muuhun yhteisöön verrattuna ja esittää oikeudenkäyntien syyksi halunsa taata "tasaveroinen toimintakenttä rehellisille, lainkuuliaisille viljelijöille" ja rajoittaa teknologian käyttöä "epäreilun etulyöntiaseman saavuttamiseen". ("Pilot Grove Co-op".) Näin Monsanto pyrkii vetoamaan asiakkaidensa oikeudentajuun ja samalla yksinkertaistamaan patenttioikeuksista käydyn keskustelun oikean ja väärän toiminnan asteikolle, jossa ongelmista vastuussa ei ole itse yritys, vaan viljelijät.

---

<sup>37</sup> I think that we've reached a very good balance between what is best for society as a whole and what is best to motivate this new technology through being able to patent these kinds of advances [...]. I think it's going to be a very sustainable way of feeding a growing world population.



Kuten luvun alussa tuli esiin, dokumentti arvostelee Monsantoa myös siitä, että patenttioikeudet ovat asettaneet viljelijät vastakkain ja hajottaneet maaseutuyhteisöjä. Yritys puolustautuu sanomalla, että se ei näe patenttien aiheuttavan tätä ongelmaa, vaan kiista on niiden muutaman viljelijän oman toiminnan aiheuttama, jotka ”ovat päättäneet olla välittämättä laista ja sopimuksistaan säästääkseen siemeniä laittomasti” (”Troy Roush”). Tässä yritys viittaa Troy Roushiin, kritiikin dokumentissa esittäneeseen viljelijään. Monsanto myös pyrkii korostamaan muiden viljelijöiden kärsivän muutamien ”väärentäjien” toiminnasta siksi, että oikeustaistelut vievät aikaa ja rahaa pois tuotekehityksestä (”Monsanto's Position on Seed Patent Infringement”). Yritys kykenee näin burkelaisittain retorisesti erottamaan väärinkäytöksiä tehneet viljelijät määrittämästään eräänlaisesta kunnollisten viljelijöiden yhteisöistä. Lisäksi Monsanto esittää oikeudenkäynteihin osallistuneiden viljelijöiden saaneen sankarin maineen joissakin piireissä ”näytellen Daavidin roolia Monsanto-Goljatia vastaan” (”Percy Schmeiser”), eli Monsanto antaa ymmärtää kohtaavansa kritiikkiä jo pelkästään globalisaation ja suuryritysvastaisen ilmapiirin vuoksi, ja kuvaa esitetyn arvostelun omasta toiminnastaan riippumattomana ilmiönä.

Monsanto pyrkii korostamaan vain yhdeksän kiistatapauksen edenneen oikeuteen saakka ja jokaisen näistä päättäneen Monsanto hyväksi. Kanteiden voittaminen toistetaan useassa yhteydessä (esim. ”Follow-up to Monsanto Farmer Lawsuits”, ”Pilot Grove Co-op”, ”Why Does Monsanto Sue Farmers Who Save Seeds?”), mikä toimii esimerkkinä sanoman vahvistamisesta retorisen toiston (Burke 1969b, 26) avulla. Kiistat Monsanto ja oikeudelliseen menettelyyn jättäytyneiden viljelijöiden välillä tuovat vahvasti esiin retorisen kamppailun piirteitä, joita Burke korostaa retoriikan teoriassaan. Retorisessa kamppailussa retorisuuden aste puhujien välillä lisääntyy, mikä on nähtävissä myös Monsanto materiaalissa, sillä se ottaa kantaa vahvempien termien avulla ja henkilökohtaisemmalla tasolla kuin muualla aineistossa. Lisäksi Monsanto puhuu tässä yhteydessä usein totuudesta ja tosiasioista: ”On tärkeää ymmärtää tosiasiat täydellisesti ymmärtääkseen kuinka lähestymme immateriaalioikeuksiemme täytäntöönpanoa” (”Monsanto's Position on Seed Patent Infringement”). Yritys pyrkii näin vahvistamaan ajamaansa kantaa vallitsevana ajattelutapana ja esittämään vastapuolen kannanotot virheellisinä ja epätotuudenmukaisina.

Tietoon ja totuuteen liittyen Monsanto osoittaa valvovansa tarkasti sitä, millainen kuva oikeuskäsittelyistä ja tapahtumista muodostuu julkisuudessa, sillä se sanoo protestoivansa ”jokaista harhaanjohtavaa väitöstä väärinkäytöksiä koskien” (”Follow-up to Monsanto Farmer Lawsuits”). Yritys esittää vastaavien ”harhaluulojen” syntyneen ”sensationalistisen lehdistön, puolueellisten television

uutisraporttien ja dramaattisten internet-huhujen” vuoksi (”Monsanto's Position on Seed Patent Infringement”). Monsanto pyrkii näin korostamaan osapuolten välistä vastakkainasettelua ja leimaamaan esitetyn kritiikin vastapuolen negatiivisista tavoitteista johtuvaksi. Samalla tämä vahvistaa yrityksen pyrkimyksiä jättää keskustelu oikeudenkäyntien asiasisällöstä taka-alalle. Vedotessaan ”harhaanjohtaviin väitöksiin” ja ”tosiasioihin” yritys pyrkii määrittämään näiden käsitteiden sisällön ja esittämään oman käsityksensä tapahtumien kulusta sekä patenttioikeuksien merkityksestä oikeana.

## **6.2. TIETO, VALHE JA TOTUUS RETORISEN KAMPPAILUN KESKEISINÄ KÄSITTEINÄ**

### **6.2.1. Dokumentin esittämät määritelmät Monsanto toiminnasta**

Retorinen vetoaminen totuuteen on myös keino vastata The World According to Monsanto -dokumentin väittämiin yrityksen pyrkimyksistä salailuun tai suoranaiseen valehteluun. Suhteessa tietoon ja totuuteen Robin kohdistaa Monsantoan voimakkaita syytöksiä, jotka koskevat yrityksen pyrkimyksiä ympäristölle haitallisen toiminnan salailuun, tutkimustulosten vääristelyyn sekä yritystä arvostelleiden tutkijoiden painostamiseen, ahdisteluun ja heidän uriansa hankaloittamiseen. Tässä kappaleessa tuon esiin muutamia esimerkkejä dokumentin esittämistä epäkohdista, ja kappaleissa 6.2.2.–6.2.3. käsittelen Monsantoan vastausta tähän kritiikkiin.

Dokumentti nostaa useaan otteeseen esiin yrityksen omia asiakirjoja, joiden perusteella Robin esittää Monsantoan joko suoranaisesti valehdelleen tai salanneen tuotteidensa ympäristö- tai terveysvaikutuksia. Robin tuo heti alussa ilmi Monsantoan yritysmenneisyyden maatalouskemikaalien valmistajana matkustaessaan dokumentissaan Alabaman Anistoniin, jossa paikalliset asukkaat luettelevat Monsantoan valmistamien torjunta-aineiden sisältämiä myrkyllisiä ainesosia (muun muassa Agent Orange ja PCB). Dokumentti esittää alueella runsaina esiintyvien sairaustapausten, kuten syövän, maksatulehduksen ja diabeteksen ilmenemisen Monsantoan toiminnan seurauksena. Samalla Robin väittää Monsantoan salanneen tuotteidensa sisältämien aineiden myrkyllisyyden.

Dokumentti tuo esiin raportin, josta se alleviivaa syyn yrityksen harjoittamalle salailulle. Monsantoan omassa, yrityksen salaiseksi luokittelemassa raportissa kirjoitetaan: ”Meillä ei ole varaa menettää dollariakaan liiketoiminnasta”. Robin esittääkin, että Monsantoan on edullista salata toiminnastaan aiheutuvat haitat, sillä vuosia myöhemmin maksettavat korvaukset ovat vain murto-osa yritykselle ajan mittaan kertyneistä voitoista. Esimerkiksi edellä mainitussa Anistonin tapauksessa Monsanto lopulta sovitteli 20 000 paikallisen nostaman oikeussyytteen maksamalla kantajille korvauksia 700 miljoonan

dollarin edestä. Yrityksen toiminnan näkyväksi arvostelijaksi dokumentissa nostetaan kansalaisjärjestö Environmental Working Groupin puheenjohtaja Ken Cook, jonka mukaan on syytä pohtia, mitä yritykset saattavat salata ”tälläkin hetkellä”.

Osallistuessaan totuudesta käytävään kamppailuun dokumentti tuo myös ilmi, että Monsanto on saanut kahdesti, vuosina 1996 ja 2007, tuomion virheellisestä mainonnasta väitettyään RoundUpin olevan biologisesti hajoavaa. Cook kohdistaa yrityksen toimintatapoihin kritiikkiä, joka vetoaa yleisöön retorisen toiston (Burke 1969b, 26) avulla: ”Me emme ikinä luottaisi, että Monsanto'n kaltainen yritys kertoisi totuuden saasteongelmasta tai tuotteesta. Emme koskaan luottaisi heihin”. Samalla dokumentti syyttää yritystä tutkimustulosten vääristelystä: Robin tuo esiin henkilöitä, jotka kyseenalaistavat väitteen geenimuunneltujen tuotteiden vastaavuudesta tavallisiin tuotteisiin nähden ja korostavat testaamisen vähyyttä. Esimerkiksi yhdysvaltalaisen kansalaisjärjestön Cancer Prevention Coalitionin puheenjohtaja Samuel Epstein korostaa yhden Monsanto'n kärkituotteista, rbST-hormonilla käsitellyn maidon poikkeavan tavallisesta sen sisältäessä erilaisia, rokotetuista lehmistä maitoon kulkeutuneita antibiootteja. Lisäksi Epstein tuo esiin tuotteen käyttöön liittyvistä syöpäriskeistä raportoineet tutkimukset sekä hänelle toimitetut yrityksen salaiset asiakirjat, jotka Epsteinin mukaan osoittavat hormonin aiheuttavan ”dramaattisia muutoksia” lehmissä.

Tutkimustuloksiin liittyen Robin syyttää Monsantoa tutkijoiden lahjonnasta ja painostamisesta. Dokumentissa näytetään kuvaa rbST-hormoniin liittyvästä kanadalaisesta oikeuskäynnistä, jonka seurauksena Monsanto tuomittiin lahjusten tarjoamisesta ja hormoni kiellettiin Kanadassa. Lisäksi dokumentti päästää ääneen yrityksen tutkimuksia tarkkailleen eläinlääkärin Richard Burroughsin, jonka mukaan Monsanto'n tutkijat ovat vääristelleet hormonin käyttöön liittyviä tutkimustuloksia. Sekä Burroughs että Kanadan oikeudenkäynnissä kuultuina olleet tutkijat tuovat esiin yrityksen heihin kohdistamat uhkaukset ja sen, että heidät kaikki erotettiin tehtävistään lausuntojensa seurauksina. Samalla dokumentti puhuttelee yleisöä GM Watch -järjestön puheenjohtajan Jonathan Matthews'n suulla: ”Toiminnassa ei ole minkäänlaista etiikkaa. Se osoittaa, kuinka organisaatio, joka on päättänyt työntää tuotteensa valtioihin ympäri maailman, on päättänyt tuhota kaikkien maineen, jotka seisovat heidän tiellään”. Draamantajuinen Robin päästää ääneen myös yhdysvaltalaisen Environmental Protection Agency'n (EPA) edustajan William Sanjourin: ”En uskoisi sanaakaan siitä, mitä tämä yritys sanoo, en mitään”.

Suhteessa tutkimukseen dokumentti korostaa myös poliittisten päätöksentekojen voimattomuutta suuryritysten edessä. Esimerkkinä Robin käyttää Yhdysvaltain elintarvike- ja lääkehallintoa (FDA),

joka on omaksunut käsityksen, jonka mukaan geenimuunneltujen tuotteiden katsotaan vastaavaan alkuperäisiä, eikä niiltä tämän vuoksi edellytetä laajoja tuoteturvallisuustutkimuksia. Dokumentissa Robin saa FDA:n entisen toimitusjohtajan James Maryanskin sanomaan, että kyseessä oli poliittinen päätös, jolle ei ollut perusteita tieteellisestä tutkimuksesta. Robinin haastatteleman kriitikon Steven Druckerin mukaan FDA on ”valehdellut ja valehtelee edelleen” yleisölle väittäessään, että geenimuunnellut tuotteet vastaavat tavallisia. Dokumentti kyseenalaistaa näin merkittävällä tavalla geenimuunnellun ravinnon turvallisuuden, joka on kriittinen kysymys Monsanto toiminnan kannalta.

### **6.2.2. Kamppailu totuudesta: Osapuolten määrittely ja periaatteiden korostaminen retorisenä vakuutteluna**

Aineistossa Monsanto pyrkii vahvasti ottamaan kantaa siihen, mikä yhteiskunnassa määritetään totuutena, faktana tai oikeana tietona. Etenkin jo mainittu ”Tiedoksi”-osio yrityksen verkkosivuilla on muuta materiaalia suurempi kanava Monsantoa kohtaan esitettyyn kritiikkiin vastaamisessa. Yrityksen materiaaleissa toistuvat usein esimerkiksi termit ”ymmärtää”, ”totuus”, ”fakta” ja ”väärä tieto”. Monsanto pyrkii näin vaikuttamaan siihen, mikä nähdään todellisena tai oikeana asianlaitana. Lukijoiden puhuttelu totuuden, faktan ja tiedon käsitteiden avulla liittyy myös Billigin (1991, 1) esiintuomaan käsitykseen maalaisjärkeen vetoamisesta vallankäytön ja vallan kaavojen toistamiseksi ja vahvistamiseksi.

Yksi tällainen esimerkki on dokumentin esiintuoma viljelijöiden itsemurhien määrän kasvu Intiassa (luku 6.1.2.). Monsanto kommentoi tapausta raportoimalla, että internetissä voi törmätä syytöksiin siitä, että Monsanto Bollgard-puuvillansiemenet olisivat johtaneet viljelijöiden itsemurhiin Intiassa. Monsanto mukaan ”totuus” asiassa on, että viljelijöiden itsemurhat alkoivat jo kauan ennen kyseisen tuotteen lanseeraamista, ja tutkimusten mukaan Bollgardin viljely on päinvastoin kohottanut viljelijöiden tuottavuutta. Esitetyt väitteet Monsanto kumoaa internetin epäluotettavuuteen vedoten: ”Kaikki mitä näet tai luet internetistä, ei ole totta, ja tämä on hyvä esimerkki.” (”Farmer Suicides in India”.) Samalla Monsanto pyrkii näpäyttämään myös Robinia, sillä The World According to Monsanto -dokumentin tarina on rakennettu Googlasta tietoa hakevan Robinin ympärille.

Monsanto tuo sitä kohtaan esitetyn kritiikin esiin aineistossa edellisen esimerkin kaltaisesti paikoitellen, mutta materiaalissa ei ole nähtävissä tätä kritiikkiä alkuperäisessä muodossaan tai esimerkiksi linkkejä alkuperäiseen lähteistöön. Lisäksi kriitikoista puhutaan toistuvasti vastustajina ja usein myös negatiiviseen sävyyn. Suorat lainaukset ovat kaikissa tapauksissa myönteisiä kommentteja,

eli tältä osin teksti on yksipuolista. Silloin kun kritiikki mainitaan aineistossa, se tuodaan materiaalissa esiin pelkästään sen vuoksi, että Monsanto pyrkii todistamaan sen vääräksi väittämäksi. Viitattaessaan käyttämiinsä asiantuntijalähteisiin tai asiakkaidensa kertomuksiin yritys pyrkii antamaan käsityksen, että nämä väittämät olisivat objektiivisia tai neutraaleja.

Totuuskäsitysten sisällöstä käytävään kamppailuun liittyen Monsanto pyrkii määrittämään toimintansa perustuvan rehellisyyden periaatteelle, ja yritysintegriteettiä koskeva retoriikka on ensisijaisessa roolissa yrityksen yhteiskuntavastuuta käsittelevässä materiaalissa. Integriteetin korostaminen voidaan nähdä yrityksen markkinointikeinona, minkä Tikkanen ym. (2007, 141) tuovat esiin puhuessaan retoriikan korporaatiomarkkinoista. Monsanto pyrkii vahvasti korostamaan yritysintegriteettiin nojaavia toimintaperiaatteitaan, jotka tulevat ilmi Monsanto yrityslupauksessa (*Monsanto Pledge*), toimintasäännöissä (*Code of Business Conduct*), tuotevalvontapolitiikassa sekä johdon peruskirjassa. Yritys myös pyrkii vannomaan, etteivät dokumentit jää pelkäksi sanahelinäksi: ”Monsanton väki on sitoutunut elämään näiden terveen yrityksen hallinnon periaatteiden mukaisesti” (2007 Pledge Report, 51).

Keskeinen rooli Monsanto retoriikassa on yrityslupauksella, johon Monsanto viittaa julkaisuissaan ja toimintaraporteissaan säännöllisesti. Monsanto yrityslupauksen keskeisin termi on edellä mainittu *integriteetti*<sup>38</sup>. Se on avainsana, jota Monsanto korostaa ja määrittelee useissa julkaisuissaan: ”Monsanto on ylpeä sitoumuksestaan integriteettiin kaikessa liiketoiminnassaan. [...] integriteetti on yritysidentiteettimme perusta” (2007 Pledge Report, 52). Monsanto määrittelee myös yrityslupauksen sisältämien muiden termien sisältöä – esimerkiksi sitä, mitä tarkoittavat säädyllisyys, johdonmukaisuus ja rohkeus yritystoiminnan kontekstissa (emt., 2). Näiden termien liittäminen yritystoimintaan tuo mukanaan emotionaalista kaiku pohjaa, ja lisäksi niiden selitykset identifioituvat jopa toisaalta raamatullisiin, toisaalta kansainvälisöikeudellisiin perinteisiin muotoilunsa kautta:

Ansaita ja säilyttää niiden luottamus, joita palvelemme. [...] Kohdella ihmisiä ihmisarvoisesti ja oikeudenmukaisesti. [...] Olla tarpeeksi rohkea ilmaistakseen arvomme ja oikeasti elää niiden mukaisesti, jopa joutuessamme vastakkain sellaisten kanssa, jotka eivät tee niin. Tehdä oikein, jopa silloin, kun on helpompaa tehdä väärin.<sup>39</sup> (Emt.)

---

<sup>38</sup> Monsanto käyttää termiä *integrity*, jonka olen suomentanut Tikkanen ym. kaltaisesti integriteetiksi. Integriteetti voidaan suomentaa myös esimerkiksi rehellisyydeksi, lahjomattomuudeksi tai tinkimättömyydeksi.

<sup>39</sup> To earn and keep the trust of those we serve. [...] To treat people with dignity and fairness. [...] To be brave enough to articulate and actually live our values, even when confronted by those who don't. To do right, even when it's easier to do wrong.

Monsanton tarjoama materiaali sisältää huomattavan paljon kielikuvia: yritys esimerkiksi viittaa integriteettiin liiketoimintansa ”perustana” (2007 Pledge Report, 52) ja ”peruskivenä” (”Our Pledge”). Kielikuvien käyttäminen symbolinomaisina vertauskuvina viittaa Burken (1989, 123) määrittämään yksinkertaistamiseen ja siihen, kuinka yritys pyrkii assosioimaan käytöksensä tiivistämäänsä kuvaan ja yksilön kielikuviin mahdollisesti liittämiin arvoihin.

Vahvistaakseen käsitystä integriteettiperiaatteen toteutumisesta yritys listaa, mitä integriteetti tarkoittaa käytännössä: siihen kuuluvat mm. lain noudattaminen, asiakirjojen täsmällinen laatiminen, eturistiriitojen välttäminen ja työntekijöiden tasa-arvoinen kohtelu (2007 Pledge Report, 2–3). Lisäksi yritys pyrkii korostamaan toimitusjohtajansa Hugh Grantin suulla hyvän maineen ansaitsemiseen tarvittavan muutakin kuin lainkirjaimen noudattamista ja määrittää, kuinka yrityksen päämääränä on toimia eettisesti: ”Se [hyvä maine] tarkoittaa oikein toimimista silloinkin, kun joudumme tilanteisiin, joita ei sääntele tarkoin määritelty laki tai määräys. Joskus on epäselvää, mikä on oikea tapa toimia, mutta Monsantoilla meidän tehtävänä on etsiä ja löytää oikea vastaus jokaiseen kaupankäyntitilanteeseen”. (Code of Conduct Policy, CEO Letter).

Monsanto määrittää oman säännöstönsä merkityksen suhteessa kansalliseen ja kansainväliseen lainsäädäntöön ja korostaa retoriikassaan eettistä toimintaa silloin, kuin lait eivät auta määrittelemään yritystoiminnan rajoja. Yrityksen mukaan lait voivat myös olla ristiriidassa yrityksen arvojen tai yrityslupauksen osien kanssa, jolloin Monsanto ohjeistaa henkilöstöään käyttämään toimintasäännöstöä lähteenä ”paitsi soveltuvien lakien noudattamiseen, myös sen varmistamiseen, että toimmme kuvastavat sellaista yritystä, jonka haluamme Monsanto olevan” (emt., 2). Yritys asettaa näin omat norminsa kansallisen ja kansainvälisen lainsäädännön yläpuolelle esittämällä omat säännöksensä vallitsevaa oikeuskäytäntöä eettisempänä. Samalla se haastaa vallitsevat normit ja käytännöt, ja sen yhteiskuntavastuullista toimintaa käsittelevä materiaali voidaan nähdä yrityksen tarjoamana määritelmänä siitä, mikä on eettistä ja yhteiskuntavastuullista toimintaa. Toisin sanoen Tikkaseen ym. viitaten (luku 5.3.) se markkinoi omia yhteiskuntavastuullisen toiminnan mittareitaan, eli omaa toimintasäännöstöään oikeana.

Integriteetti-termin avulla nostetaan esiin myös sidosryhmien merkityksestä käydyin keskustelun perusteet: Monsanto mukaan integriteetin varaan rakennettu liiketoiminta luo luottamussiteitä, jotka johtavat vahvoihin ja kestäviin suhteisiin ympäröivien yhteisöjen, asiakkaiden sekä muiden sidosryhmien kanssa (Code of Conduct Policy, 2). Monsanto retoriikan voidaankin nähdä myötäilevän niitä PR-toiminnan teorioita, jotka korostavat sidosryhmien huomioimisen ja vuorovaikutteisen

viestinnän merkitystä organisaation menestyksen kannalta. Tämä on merkittävää siksi, että Monsanto sanoo integriteettiperiaatteen auttavan yritystä rakentamaan luottamukselle perustuvia suhteita asiakkaisiin sekä kaikkiin sidosryhmiin, ja nämä suhteet taas Monsanto mukaan edelleen kehittävät ja laajentavat liiketoimintaa (2007 Pledge Report, 52). Yrityksen lausunnoista käy näin selkeästi ilmi, että yrityslupauksen mukainen toiminta tukee sen taloudellista menestystä. Tämä tulee esiin myös muualla: ”Johtokuntamme uskoo, että Monsanto yrityslupauksen arvot ja sen sitoumus rehellisyyteen edistävät suoritustamme pitkässä juoksussa” (CSR Report, 34). Kanta vahvistaa käsitystä siitä, että yrityksen yhteiskuntavastuullisen toiminnan motiivina on nimenomaan liiketaloudellisen toiminnan vahvistaminen. Ilman tätä motiivia yhteiskuntavastuukeskustelu ei välttämättä saisi nykyistä rooliaan, mihin viittaa myös saman kappaleen jatko: ”Johtokuntamme arvioi jatkuvasti politiikkaamme uudelleen varmistaakseen, että ne [yrityslupauksen arvot] vastaavat riittävästi yrityksen tarpeisiin”. Yhteiskuntavastuullista toimintaa ilmentävän yrityslupauksen sisältö näyttäisi siis määräytyvän sen mukaan, kuinka Monsanto liiketoiminnalliset tavoitteet määritellään.

Yrityksen toimintaintressit tulevat vastaavalla tavalla esiin myös johdon peruskirjassa. Johdolla on keskeinen rooli toimintasäännösten toteuttamisessa ja valvonnassa, ja tämä toteutus on peruskirjan mukaan sidottava yrityksen tavoitteisiin: ”Johtajien perusvelvollisuus on tehdä yrityksen toimintaa koskevia päätöksiä sen mukaan, kuinka he perustellusti näkevät sen parhaiten hyödyttävän yrityksen ja sen osakkeenomistajien intressejä” (”Board of Directors' Charter and Corporate Governance Guidelines”). Yritystoiminnan lähtökohdat esitetään siis intressiperustaisina, ja yhteiskuntavastuukeskustelulla on asemansa, mikäli se tukee yrityksen (tulos)tavoitteita. Peruskirjassa kuitenkin korostetaan, että johdon on seurattava yhteiskuntavastuuta koskevia käytäntöjä ja tavoitteita sekä sitä, että yrityksen toiminta on yhdenmukaista toimintasäännösten kanssa (emt.). Näin yritys pyrkii korostamaan ottavansa yhteiskuntavastuuperiaatteiden huomioon tosissaan siitä huolimatta tai juuri siksi, että ne tukevat yrityksen taloudellista menestystä.

Lausunnoista käy siis selkeästi ilmi, että yhteiskuntavastuullisen toiminnan nähdään tukevan yrityksen taloudellista menestystä. Näkökulmia siitä, että toimintatavat perustuisivat luvussa 4.1. viitattuun moraalifilosofiaan, ei aineistosta löydy. Vaikka Monsanto pyrkii korostamaan materiaalissaan eettisiä arvoja ja rehellisiä toimintatapoja (esim. ”Our Pledge”), määrällisesti eettiset perustelut jäävät jälkeen kaupallisen toiminnan kannattavuutta korostavista lausunnoista. Kun otetaan huomioon toiston merkitys retorisenä tehokeinona, yrityksen kannattavuus toiminnan perusteluna korostuu huomattavasti

suhteessa eettisyyteen. Tämä määrällinen suhde materiaalissa on omiaan luomaan kuvan liiketoiminnallisille intresseille perustuvasta yhteiskuntavastuuajattelusta eettisten tavoitteiden sijaan.

Tästä huolimatta yritys pyrkii vakuuttamaan eettisten periaatteiden olevan keskeisessä asemassa sen liiketoiminnassa. Monsanto esittää johtajiensa ja työntekijöidensä olevan sitoutuneita ”korkeimpiin eettisiin standardeihin” ja toteuttavansa yrityslupausta päivittäin (CSR Report, 34). Yritys sanoo myös pyrkivänsä voittamaan kilpailijansa rehellisesti ja etsivänsä kilpailullista etumatkaa parempien suoritusten avulla, ei epäeettisesti tai laittomasti (Code of Conduct Policy, 4), mikä on suora vastaus dokumentin esittämään kritiikkiin monopoliaseman väärinkäytöstä. Monsanto ottaa myös ”Tiedoksi”-osastollaan osaa tähän monopoliasemasta käytyyn keskusteluun: syytökset vääristyneestä kilpailusta eivät voisi yrityksen mukaan olla ”kauempana totuudesta”. Monsanto esittää, että jo pelkästään alan luonne pitää huolen siitä, että ala on kilpailukykyinen, sillä viljelijöiden on ostettava tuotteet vuosi toisensa jälkeen uudelleen. Tämän vuoksi viljelijät turvautuvat yrityksen mukaan kilpailijan tuotteeseen, jos he eivät ole tyytyväisiä. Monsanto vetoaa näin vahvasti uusliberalistisiin käsityksiin markkinoiden itseään ohjaavasta taipumuksesta: ”Tämä on todella voimakas markkinavoima, joka varmistaa jatkuvan kilpailun yhtä hyvin kuin innovaatiot”. (”Innovation and the Competitive Seed Market”.) Samalla Monsanto vaikenee siitä, kuinka edellä kuvailtu kilpailuasetelma on mahdollinen, jos alueella on tarjolla pelkästään Monsanto tuotteita.

Monsanton kuvatessa integriteettiin nojaavaa toimintaansa sen käyttämät retorisen keinot vaihtelevat kielikuvista käytännöllisiin esimerkkeihin. Yhteiskuntavastuudokumenteista Monsanto toimintasäännöstö Code of Conduct on sävyltään suurempi kuin muut yrityksen julkaisemat dokumentit: siinä asetetaan ehtoja ja edellytyksiä työntekijöiden toiminnalle laajemmin kuin muissa materiaaleissa, joissa kieli ei ole toimintasäännöstöön verrattuna yhtä konkreettista. Säännöstössä pyritään korostamaan jokaiselle työntekijälle asetettua vastuuta, ja Monsanto myös erittelee erilaiset väärinkäytökset yksilötasolla (Code of Conduct Policy, 12–13.). Tällä annetaan vaikutelma, että mahdolliset väärinkäytökset olisivat yksittäisen työntekijän vastuulla. Jokaisen työntekijän on myös raportoitava mistä tahansa väärinkäytöksestä menettelytapoja yrityksen sisällä valvovalle elimelle (emt.), eli Monsanto pyrkii samalla luomaan kuvaa yrityksestä, jolle toimintasääntöjen noudattaminen on ensiarvoisen tärkeää, ja joka valvoo sääntöjen noudattamista tarkasti. Toisaalta se taas näyttää varjelevan tarkasti yrityskuvaansa identifioimalla väärinkäytökset yksilötasolla tapahtuviksi poikkeustapauksiksi, jotka ovat vastoin yrityksen yleistä linjaa. Monsanto myös esittää harjoittavansa liiketoimintaa niiden liikekumppaneiden ja asiakkaiden kanssa, joilla on hyvä maine ja lailliset



toimintatavat (Code of Conduct Policy, 12). Monsanto assosioi näin jälleen väärinkäytökset oman toimintansa ulkopuolelle ja pyrkii antamaan vaikutelman, että sen yritysintegriteetti voi horjua vain tällaisen yhteistyön seurauksena.

### 6.2.3. Yhteiskuntavastuuretoriikka maineenhallintana

Maineen varjelemisen tärkeyteen viittaa jo yrityksen toimintasäännöstön laatimisen peruste: ”Säännöstömme auttaa meitä toimimaan vastuullisesti niiden monimutkaisten liiketoimintakäytäntöjen parissa, jotka vaikuttavat maineeseemme”. Monsanto pitääkin yrityksen mainetta ratkaisevan tärkeänä yrityksen toiminnan ja sidosryhmien luottamuksen rakentumisen kannalta. (Code of Conduct Policy, CEO Letter.) Yhteiskuntavastuuajattelu voidaankin nähdä mainekeskustelun näkökulmasta eräänlaisena yrityksen itsesääntelyinä, tai kuten Fombrun (1996, 11) asian esittää, ”valistuneena oman edun tavoitteluna”, jossa yritys vapaaehtoisesti huomioi ympäristönsä saavuttaakseen sillä luottamuksen toimintaansa kohtaan. Maineen asema yrityksen menestyksen kannalta korostaa myös PR-toiminnan merkitystä retorisenä välineenä, sillä sen tehtävänä on ylläpitää ja vahvistaa yrityksen positiivista julkisuuskuvaa.

Positiivisen julkisuuskuvan määrittelyssä keskeinen rooli on juuri sidosryhmäkeskustelulla. Vastatakseen dokumentin esittämään kritiikkiin taloudellisten intressien ensisijaistamisesta ja toimintaympäristönsä vahingoittamisesta Monsanto pyrkii korostamaan ymmärtäneensä sidosryhmien merkityksen ja näin viestimään muutosta toiminnassaan:

Monsantolla ymmärrämme sen vaikutuksen, joka meillä on niihin yhteisöihin, joissa harjoitamme liiketoimintaa, ja haluamme antaa myönteisen panoksen näiden yhteisöjen kehittämiseksi. Me ymmärrämme, että on etuoikeus saada harjoittaa liiketoimintaa yhteisöissämme, ja teemme parhaamme ollaksemme tämän meille myönnetyn etuoikeuden arvoisia joka päivä.<sup>40</sup> (Code of Conduct Policy, 8.)

Monsanto myös lupaa aineistossaan kuunnella asiakkaitaan sekä muita sidosryhmiä ymmärtääkseen heidän tarpeensa ja odotuksensa, ja samalla sitoutuu vähentämään toimintansa suorina vaikutuksia (CSR Report, 33). Yritys esittää pyrkivänsä korostamaan ”tunnollisuutta ja rehellisyyttä” suhteissaan hallituksiin, yrityksiin ja muihin organisaatioihin, jotka voivat nyt tai tulevaisuudessa olla yrityksen asiakkaita (Code of Conduct Policy, 6). Sidosryhmien huomioimisessa osana yhteiskuntavastuullisuutta korostuu jälleen liiketaloudellinen tulos, sillä toiminnan motiivi lähtee potentiaalisten asiakkaiden

---

<sup>40</sup> At Monsanto, we understand the impact that we have on the communities in which we do business, and we want to make positive contributions for the betterment of those communities. We understand that it is a privilege to be allowed to do business within our communities, and we will do our best to be worthy of the privilege granted us every day.

hankkimisesta. Monsanto korostaa myös työntekijöidensä ja heidän perheidensä hyvinvointia ja ympäröivän yhteisön turvallisuutta (CSR Report, 40): “Yrityksenä olemme sitoutuneet ympäristön sekä työntekijöidemme, urakoitsijoidemme, vieraidemme ja naapureidemme terveyden ja turvallisuuden suojelemiseen” (Code of Conduct Policy, 8). Monsanto pyrkii näin kohtaamaan ympäristövahingoista ja terveyden vahingoittamisesta esitetyn kritiikin määrittämällä roolinsa uudelleen dokumentin esittämästä häikäilemättömästä ympäristön vahingoittajasta ympäristön ja työntekijöidensä suojelijaksi.

Ympäristönsuojelussa Monsanto korostaa lain ja säädösten noudattamista (CSR Report, 41). Tässä lisänä ovat kuitenkin sanat ”paikallisten lakien mukaisesti”, mikä asettaa kysymyksen, ovatko yrityksen ympäristönsuojelustandardit linjassa globaalilla tasolla, vai säänteleekö yritys toimintaansa vain sen verran, mitä lainsäädäntö kullakin alueella vaatii. Yritys jättää myös mainitsematta oman roolinsa hallinnolliseen päätöksentekoon vaikuttavana toimijana, sillä se kykenee vaikuttamaan siihen, mitä säädöksiä alalla muodostetaan. Toisaalta Monsanto pyrkii korostamaan omia standardejaan ympäristönsuojelussa (emt., 26) ja sitoumustaan Chicago Climate Exchangeen, ”Pohjois-Amerikan ainoaan vapaaehtoiseen, laillisesti sitovaan kasvihuonepäästöjen vähentämiseen, kirjaamiseen ja vaihtamiseen erikoistuneeseen ohjelmaan” (2007 Pledge Report, 28–29). Yritys pyrkiikin kautta linjan tuomaan voimakkaasti esiin positiivisia näkökohtia ympäristön suojelun kannalta, mikä osittain toisaalta viestii sen heikosta maineesta ympäristönsuojelijana.

Monsanto ei mainitse materiaalissaan lainkaan dokumentin esittämiä Round Upin tai muiden torjuntakemikaalien ympäristövaikutuksia. Yritys korostaa aineistossa geenimuunneltujen tuotteidensa ympäristöystävällisyyttä, mutta jättää kemikaalituotteensa mahdollisimman vähälle huomiolle. Retoriikan käytännöille ominaisesti nyt ei ole tärkeää se, mitä sanotaan, vaan mitä jätetään sanomatta: Monsantoille tämä tarkoittaa positiivisten ympäristöseikkojen korostamista ja negatiivisten häivyttämistä tuotteita käsiteltäessä. Yrityksen ratkaisu käsitellä negatiivisia Aspekteja on kääntää ne positiivisiksi esimerkiksi erilaisten hyväntekeväisyys- ja turvallisuusohjelmien muodossa: se pyrkii korostamaan yhteistyöprojektejaan paikallisten kansalaisjärjestöjen kanssa ja ohjelmiaan tuotantolaitostensa turvallisuuskriteereiden parantamiseksi (esim. CSR Report, 31).

Teollisuudenalaan liittyvät riskit tulevat esiin myös vastuullisen toiminnan voimakkaana alleviivaamisena: Monsanto pyrkii korostamaan sekä turvallisuutta että vastuullisia toimintatapoja, mikä tarkoittaa prosessien turvallisuusvalvontaa, työntekijöiden kouluttamista ja sitoumusta pitkäjänteiseen ympäristönsuojeluun sekä säännöstöihin, jotka vähentävät vaarallisten aineiden pääsyä ympäristöön (emt., 40–41). Yritys pyrkii myös tuomaan esiin ne varotoimet, jotka on luotu haitallisten

kemikaalien käsittelyä silmälläpitäen: Monsanto sanoo tiedottavansa asiakkailleen tuotteidensa käyttöajoista ja -määristä sekä tarjoavansa 24 tuntia vuorokaudessa päivystävän numeron hätätapauksia ja käyttäjätukea varten (2007 Pledge Report, 55). Vastuullisen toiminnan korostamisen tarkoituksena on häivyttää dokumentin esittämät käsitykset yrityksen vastuuttomista ja välinpitämättömistä toimintatavoista.

Monsanton linjauksesta näkyy, että se valvoo tarkasti julkisuuskuvansa ja ymmärtää median merkityksen maineen muodostumisessa. Tämä korostuu myös suhtautumisessa luottamukselliseen tietoon, sillä se nähdään aineistossa arvokkaana kilpailuvalttina, jonka suojeleminen on tärkeää suhteessa yrityksen jatkuvaan kasvuun ja kilpailukykyyn. Kaikki tuotteita koskeva tieto tulisi Monsanto mukaan ehdottomasti pitää luottamuksellisena, ja tästä käytännöstä tulisi poiketa vain yrityksen antama luvan tai lain asettamien velvoitteiden perusteella. Jos työntekijä ei ole varma, onko tieto luottamuksellista, se tulisi yrityksen mukaan pitää sellaisena, kunnes asiasta on päätetty toisin. (Code of Conduct Policy, 9.) Toisaalta yrityksen politiikka tiedon suhteen ei ole omiaan laimentamaan dokumentin salailusta esittämiä syytöksiä. Monsanto politiikka muistuttaa myös Strangen käsityksiä tiedosta valtaresurssina – yritys saa kilpailuedun kehittämänsä tiedon avulla, ja tämän resurssin suojeleminen tukee yrityksen menestystä.

Yrityksessä avoimuuden periaate ja tiedotus keskittyy selkeästi tietyille tahoille: suhteista mediaan, sijoitusanalyttikkoihin, välittäjiin ja sijoittajiin sekä Monsanto nimissä tehdyistä tiedonannoista vastaavat vain tietyt, tehtävään nimetyt yrityksen edustajat. Yritys ohjeistaa muita työntekijöitä kieltäytymään lausunnoista tai kommentoinnista ja ohjaamaan tiedustelut määrätyille tahoille. (”Board of Directors’ Charter and Corporate Governance Guidelines”.) Yrityksen viestinnästä saa näin ristiriitaisen kuvan: toisaalta se painottaa rehellisyyttä ja avoimuutta sidosryhmiään kohtaan, toisaalta valvoo ja ohjeistaa tarkasti, miten ja millaista tietoa yrityksen ulkopuolelle voi välittää. Aineiston perusteella voitaisiinkin puhua näennäisavoimuudesta: yritys kuvaa itseään avoimena organisaationa, mutta sen toimintasäännöt vahvistavat käsitystä tarkasti rajatusta viestintäkulttuurista, jossa viestinnän vastavuoroisuus tapahtuu yrityksen ehdoilla.

Aineiston perusteella voidaan todeta, että maineen aseman korostuminen yritystoiminnassa ohjaa yhteiskuntavastuuta käsittelevän materiaalin laatimista. Maineenhallinnalla on keskeinen rooli yrityksen maineen ylläpitämisessä, sillä Monsanto painottaa PR-kirjallisuuden mukaisesti nopeaa reaktiota ilmeneviin ongelmiin:

Haasteet, joita ilmaantuu liiketoiminnan ohessa, voidaan ratkaista kaikkien sovellettavien lakien ja säännösten sekä omien korkeiden eettisten standardiemme mukaisesti siten, että ne silti sallivat meidän saavuttaa liiketoimintatavoitteemme, jos ongelmat tunnistetaan aikaisin, niihin tartutaan yhdessä ja ne ratkaistaan huomaavaisesti<sup>41</sup> (Code of Conduct Policy, 13).

Esimerkkinä pyrkimyksistä tehokkaaseen maineenhallintaan toimii Monsanto lahjusskandaali Indonesiassa, jossa Monsanto todettiin syyllistyneen lahjontaan vuosien 1997–2002 välisenä aikana. Tapahtumista raportoidessaan yritys sanoo Indonesian hallituksen virkamiesten vastaanottaneen ”kyseenalaisia maksusuorituksia” vähintään 700 000 dollarin edestä. Materiaalissaan Monsanto pyrkii osoittamaan, kuinka se itse toimi aktiivisesti ja vapaaehtoisesti viranomaisten kanssa tilanteen ratkaisemiseksi ja hyvittämiseksi sekä asetti lahjontaan syyllistyneet työntekijät asiasta vastuuseen. Yritys myös pyrkii korostamaan, että väärinkäytökset olivat yksittäisten virkamiesten suorittamia ja vastoin yrityksen arvoja. (”Monsanto Business Practice in Indonesia”.) Monsanto esittäytyy näin aktiivisena toimijana tapauksen ratkaisemisessa ja ottaa toisaalta näkyvästi vastuun tapahtuneesta: ”Oli Monsanto tehtävä varmistaa alun alkaen, ettei näitä sopimattomuuksia tapahdu. Me epäonnistuimme tässä, ja kannamme täyden vastuun tästä epäonnistumisesta”. Kuten edellisistä lausunnoista käy ilmi, Monsanto välttää negatiivisia sanamuotoja, ja se esittää virkamiesten ”vastaanottaneen lahjuksia”, ei itse antaneensa lahjuksia, ja puhuu ”sopimattomuuksista” väärinkäytösten sijaan. Yritys pyrkii näin häivyttämään aktiivisuuttaan itse väärinkäytöksissä ja toisaalta korostamaan aktiivista toimintaansa tapauksen selvittämisessä.

Yrityksen suorittamia tieteellisiä tutkimuksia kohtaan esitettyyn kritiikkiin Monsanto vastaa korostamalla sekä tieteellisen tutkimuksen että mainonnan periaatteitaan. Yrityksen mukaan sen politiikka vaatii, että tieteellinen tutkimus on luotettavaa ja että tuotemainonta noudattaa lakia, on täsmällistä ja asettaa kohtuullisia odotuksia. (2007 Pledge Report, 55; CSR Report, 26.) Monsanto esittää yrittävänsä välttää harhaanjohtavia lausuntoja mainosmateriaalissaan, sillä ne saattaisivat harhaanjohtaa sen asiakkaita, ja korostaa rehellisyyttä mainonnassa: ”Monsanton mainosmateriaalien tulisi olla rehellisiä ja täsmällisiä. Tällaisten materiaalien tulisi olla luotettavan tieteellisen tiedon tukemaa ja välttää perättömiä mainintoja kilpailijoidemme tuotteista.” (Code of Conduct Policy, 5.) Mielenkiintoista on, että aktiivisuutta kuvaavaa preesens-muotoa yleensä käyttävä yritys puhuu nyt konditionaalissa ja puhuu ”yrittämisestä” toiminnan sijaan. Tämä on poikkeuksellista Monsanto PR-materiaalissa ja herättää väistämättä kysymyksen siitä, onko näitä periaatteita tarkoitus noudattaa.

---

<sup>41</sup> Challenges that arise in the course of our business can be resolved consistently with all applicable laws and regulations, and with our high ethical standards, and still allow us to meet our business objectives if issues are identified early, addressed cooperatively, and solved thoughtfully.

Monsanto huomioi sitoumuksensa rehellisen mainosmateriaalin tuottamiseen myös omassa yhteiskuntavastuuraportissaan, mikä tässä tapauksessa tarkoittaa vastuun välttelemistä, sillä yrityksen yhteiskuntavastuuta käsittelevässä CSR Reportissa yritys kirjoittaa alaviitteessä materiaalin sisällöstä vastaavasti:

Kaikkiällä tässä raportissa esiintyvät, tulevaisuuteen suuntautuneet lausunnot perustuvat nykyisiin oletuksiin ja tällä hetkellä saatavana olevaan tietoon. Liiallista riippuvuutta ei tulisi asettaa näille lausunnoille, jotka perustuvat tekijöille, jotka ovat alttiita riskeille ja epävarmuustekijöille. Tulokset voivat vaihdella merkittävässä määrin siitä, mitä näissä tulevaisuuteen suuntautuneissa lausunnoissa on kuvailtu tai annettu ymmärtää.<sup>42</sup> (CSR Report, 45.)

Lausunto vierittää vastuun lukijalle, sillä yritys irtisanoutuu – jopa kliseisen hämärällä tavalla pienen pränin avulla - vastuusta suhteessa kuvaamiinsa tulevaisuudennäkymiin ja näin oleelliseen osaan PR-materiaalistaan. Samalla se muistuttaa yritystoiminnan analysoinnin tärkeydestä: yritykset osallistuvat yhteiskunnalliseen keskusteluun ja sen suunnan määrittämiseen, mutta kuten Monsanto esimerkki osoittaa, niiden viestintä näyttäisi pyrkivän suoraviivaisesti ja ensisijaisesti tukemaan yrityksen kaupallisten intressien edistämistä. Samalla yritysten rooli markkinaorientoituneina yhteiskunnallisina toimijoina tuo esiin myös ”miksi”-kysymyksen: miksi yhteisössä pidetään arvokkaina joitakin tiettyjä arvoja? Kenellä on mahdollisuus vaikuttaa näiden arvojen muodostumiseen?

#### **6.2.4. Saatavilla olevan tiedon rajaaminen rakenteellisena vallankäyttönä**

Monsanto tuo materiaalissaan selkeästi esiin sen, että bioteknologia-ala kohtaa kritiikkiä, mutta määrittelee tämän vastustuksen motiivit itse. Yrityksen mukaan monet näkevät bioteknologian uutena ja ”jopa kiistanalaisena” löydöksenä (”Biotech Basics”), ja ”maataloudessa sovelletun bioteknologian vastustajat” vetoavat turvallisuuteen ja filosofisiin vastalauseisiin, jotka kohdistuvat ”bioteknologian soveltamiseen maatalouden kehittämiseksi” (”Does Monsanto Have Undue Influence on Governments?”). Maatalouden kehittämissuunnitelmiin vetoamalla Monsanto pyrkii esittämään kohtaamansa arvostelun kehitystä – ja samalla yhteiskunnallista hyvinvointia – jarruttavana.

Monsanto pyrkii kumoamaan dokumentin esittämät kyseenalaistukset vetoamalla historiaan: ”bioteknologia – maataloustuotteiden geneettinen parantaminen – voi olla yksi vanhimmista ihmistoiminnoista”. Yrityksen mukaan siitä lähtien, kun ihmisyyhteisöt alkoivat asettua aloilleen, muokata viljelykasveja ja viljellä maata, ihmiset ovat ”manipuloineet kasvattamiensa satojen ja eläinten

---

<sup>42</sup> Throughout this report, forward-looking statements are based on current expectations and currently available information. Undue reliance should not be placed on these statements, which are based on factors that involve risks and uncertainties. Results may differ materially from those described or implied by these forward-looking statements.

geneettistä luonnetta” jalostuksen ja risteytyksen avulla. Yritys vertaakin liiketoimintaansa tähän historiallisena pitämäänsä käytäntöön ja väittää, että se ainoastaan vie jalostuksen tehostamisen ”askeleen pidemmälle”. Samalla nämä parannukset esitetään tarkempina ja helpommin valvottavissa olevina. (”Biotech Basics”.) Vertaamalla toimintaansa historiaan yritys yrittää hälventää tuotteisiinsa kohdistuvia epäilyksiä: se väittää, että ”näin on tehty aina”, vaikka geenimanipuloituja tuotteita on ollut markkinoilla vasta noin kymmenen vuoden ajan.

Monsanto pyrkii vastaamaan tuoteturvallisuuskritiikkiin esittämällä, että se varmistaa jo tuotteiden syntyvaiheista lähtien, että ne ovat sekä turvallisia että hyödyllisiä kuluttajille ja ympäröivälle yhteisöille (2007 Pledge Report, 54–55). Tuotevalvonnan suhteen yritys esiintyy vastuullisena yhteisön jäsenenä ja suojelijana: Monsanto mukaan työryhmät harjoittavat tuotevalvontaa ”suojelemaan meidän väkemme, yhteisöjen ja ympäristön turvallisuutta” (”Stewardship”). Yritys kuitenkin perustelee määräysten noudattamista sillä, että se voi markkinoida tuotteitaan eteenpäin (Code of Conduct Policy, 7). Aineisto tuleekin korostaneeksi myös dokumentin esittämiä liiketaloudellisia motiiveja toiminnan kannustimena: määräyksiä ei sanota noudatettavan pelkästään siksi, että se olisi eettistä ja yhteiskuntavastuullista toimintaa, vaan siksi, että tällainen toiminta vahvistaa markkinointia ja kannattaa taloudellisesti.

Monsanton tarve vakuuttaa yleisönsä geeniteknologian turvallisuudesta näkyy aineistossa tuotevalvonnan, testauksen ja viranomaisten tuotteille myöntämien lupien korostamisena. Yritys nojaakin bioteknologian turvallisuutta koskevassa retoriikassaan jälleen asiantuntijavaltaan. Monsanto esittää, että yrityksen työntekijät ovat olleet edelläkävijöitä kasveihin sovelletun menetelmän kehittämisessä ja omaavat ”vuosikymmenien” pituisen kokemuksen geenitutkimuksesta (”The New Vision for Agriculture”). Vetoamalla lisäksi geenimuunnellun teknologian käyttöä kannattavien tutkijoiden ja sen käytön hyväksyneiden valtioiden määrään (”Benefits of Our Products”) yritys pyrkii osoittamaan bioteknologian käytön yleisen hyväksynnän: ”Suurin osa asiantuntijoista on yhtä mieltä siitä, että kasveissa käytetty bioteknologia on turvallista ja tehokasta” (”Biotech Basics”). Yrityksen ilmaisu on kuitenkin epämääräistä, sillä tukijoita ei eritellä tarkemmin. Sama epämääräisyys toistuu myös muualla: vastauksena biodiversiteetin tuhoutumisesta esitettyyn kritiikkiin yritys esittää viimeaikaisten tutkimusten osoittaneen bioteknologisten kasvilajien olevan tavallisia lajikkeita parempia luonnon monimuotoisuuden kannalta (2007 Pledge Report, 30), mutta mistään ei käy ilmi, mitä nämä viimeaikaiset tutkimukset ovat.

Vastalauseena tuoteturvallisuusepäilyihin Monsanto esittää, että ”eettisen tieteellisen tutkimuksen” harjoittaminen on sen toiminnan lähtökohta. Tämä johtuu siitä, että yritys tarvitsee tutkimusta sidosryhmiensä vakuuttamiseen: ”iso osa menestyksestämme tulee riippumaan luottamuksen rakentamisesta useisiin eri ryhmiin ja ihmisiin, ja suuri osa tästä luottamuksesta riippuu tarjoamamme tieteellisten tutkimustulosten täsmällisyydestä ja luotettavuudesta“. (Code of Conduct Policy, 7.) Yrityksen vakuuttelut tuotteiden turvallisuudesta pitkällä aikavälillä joutuvat kuitenkin uuteen valoon, kun se itse toteaa biologisen järjestelmän monimutkaisuuden ja tuotevalvonnan asettavan haasteita: ”Tuotevalvonta on ainutlaatuisen monimutkaista biologisen järjestelmän kohdalla, mutta syleilemme tätä haastetta” (BIO Product Launch Stewardship Policy). Tämä on ainoa kerta, kun Monsanto mainitsee biologisen järjestelmän monimutkaisuuden, sillä tuotteiden todetaan useassa eri yhteydessä olevan turvallisia. Yrityksen retoriikalle ominaista on, että vaikka itse valvonnan nähdään olevan haasteellista, se ei silti kyseenalaista itse tuotteiden turvallisuutta.

Monsanto ottaa huomioon dokumentin kannanotot geenimuunneltujen elintarvikkeiden haitallisuudesta esittämällä, että monet geenimuunneltujen maataloustuotteiden vastustajista kuvailevat yrityksen tuottamia kasveja testaamattomiksi tai vaarallisiksi. Yrityksen mukaan tämä on ”yksinkertaisesti totuuden vastaista”. Perustellessaan tuotteidensa turvallisuutta Monsanto vetoaa eri tuottajamaissa suoritettuihin tutkimuksiin ja geenimuunneltuja ainesosia sisältävien tuotteiden maahantuonnin hyväksyneiden maiden ”lukuisaan” määrään (mikä sitten on lukuisa, ei tässä kuvata tarkemmin). Lisäksi yrityksen mukaan ”satoja miljoonia aterioiden”, jotka ovat sisältäneet geenimuunnelluista sadoista peräisin olevia ruoka-aineita, on kulutettu ilman, että olisi ilmennyt ”yhtään todistettua sairaustapausta tai haittoja, jotka liittyisivät geenimuunneltuihin satoihin”. (“Food Safety”.) Yrityksen mukaan maailma on myös ”laajasti hyväksynyt maatalousteknologian”: se vetoaa tieteellisiin ja sääteleviin tahoihin, kuten Maailman terveysjärjestö WHO:n ja YK:n elintarvike- ja maatalousjärjestö FAO:n sekä useisiin muihin kansallisiin ja kansainvälisiin organisaatioihin, joiden mukaan bioteknologiset kasviperäiset elintarvikkeet ovat olleet ”läpikotaisen arvioinnin kohteena”. Monsanto luettelee myös kansallisia sääntelyviranomaisia, joiden mukaan bioteknologiset tuotteet ovat yhtä turvallisia kuin muuntelemattomat tuotteet. (“Does Monsanto Have Undue Influence on Governments?”.) Yritys hyödyntää näin vahvasti asiantuntijavaltaan pohjautuvaa retoriikkaa, mutta määrittelee viranomaiset ja heidän lausuntonsa epämääräisesti. Kannanotoista myös käy ilmi, että aihe on yritykselle erittäin tärkeä, sillä se vetoaa välittömästi ”totuuksiin”.

Monsanto torjuu sekä ihmisillä suoritettavan testauksen että pitkän aikavälin havainnoinnin: yrityksen mukaan ei ole tarvetta eikä myöskään merkitystä testata geenimuunneltujen satojen turvallisuutta ihmisillä. Monsanto mukaan riittää, että kasviin lisätty proteiini on turvallinen, sillä silloin vastaavan proteiinin sisältävän tuotteen ei uskota aiheuttavan terveysriskejä. Yritys myös tyrää mahdottomaksi geenimanipuloidun teknologian testaamisen ihmisillä ja selittää testaamisen puutetta juuri tämän hyödyttömyyden kautta: ”Kerta kaikkiaan ei ole olemassa käytännöllistä tapaa oppia mitään ihmisillä tehtävien, kokonaisia elintarvikkeita koskevien tutkimusten avulla” (”Food Safety”). Teksti poikkeaa selkeästi muusta yhteiskuntavastuuta käsittelevästä materiaalista: yritys pyrkii muualla materiaalissaan huolellisesti perustelemaan väitteensä ja kantansa käytännön argumentein tai tieteeseen vedoten, mutta tässä se pyrkii lopettamaan keskustelun vetoamalla hyödyttömyyteen ja mahdottomuuteen, eli eräänlaiseen ”juupas-eipäs”-väittelyyn.

Tuotteidensa turvallisuutta koskien yritys käy myös kiivasta lobbausta geenimanipuloitujen elintarvikkeiden pakollista merkitsemistä vastaan. Kyseisestä asiasta voi huomata yrityksen retoriikan olevan voimakkainta silloin, kun se selkeästi ajaa tiettyä agendaa. Ensimmäiseksi yritys yksinkertaistaa käsiteltävän ongelman kahteen vastapuoleen: osa ihmisistä uskoo, että tuotemerkinnöissä on kyse oikeudesta tietoon, kun taas toisten mielestä geenimuunnellut tuotteet eivät eroa tavallisista elintarvikkeista, eikä tuotteita tästä syystä tarvitse merkitä (”What’s the Problem with Labeling Genetically-Modified (GM/GMO) Foods?”). Monsanto mielestä esimerkiksi rbST-hormonin avulla ruokittujen lehmien maidon merkitseminen on tarpeetonta, sillä ei ole olemassa tieteellistä todistusaineistoa, jonka mukaan tällainen maito eroaisi tavallisesta maidosta. ”Tällaiset merkinnät ovat ainoastaan markkinointikeinoja. Markkinointikeinojen ei voi antaa harhaanjohtaa kuluttajia”. (”Consumer Reports’ Errors on Milk Labeling”). Yritys kääntää ongelman siis pääläelleen: kuluttajien suojelemiseksi vaadittuja merkintöjä perustellaan – kuluttajien suojelulla.

Lisäksi Monsanto näkee tuotteiden merkitsemisen vahingollisena, koska lakiin kirjatut merkitsemiskäytännöt perustuvat ”terveyteen ja turvallisuuteen”: merkintöjen vaatiminen tuotteilta, jotka eivät sisällä terveysriskejä, heikentää sekä kyseisiä lakeja että kuluttajien luottamusta (”What’s the Problem with Labeling Genetically-Modified (GM/GMO) Foods?”). Tässä yritys syyllistyy jälleen ongelman yksinkertaistamiseen: se perustaa väitteensä tuotteiden turvallisuuteen, vaikka koko asiaa koskeva debatti on edelleen kesken globaalilla tasolla. Dokumentin esittämää kyseisten tuotteiden myyntikieltoa Kanadassa ja EU-maissa Monsanto ei myöskään mainitse. Lisäksi yritys hakee kannalleen perusteluja myös byrokratian vähentämisestä: ”Sen varmistaminen, että



merkitsemiskäytännöt ovat tarkkoja, sysäisi valtavan taakan asiaa valvoville viranomaisille” (emt.). Tämä on erikoista verrattuna siihen, että yritys itse korostaa tuotevalvontaan ja -kehitykseen suuntaamiaan resursseja positiivisena tekijänä. Myös faktoihin ja maalaisjärkeen (Billig 1991, 1) vetoava retoriikka saa jälleen jalansijaa: ”Geenimanipuloituja raaka-aineita sisältävien elintarvikkeiden pakollinen luokittelu saattaa kuulostaa helpolta jutulta, mutta kun otetaan huomioon faktat, käy ilmiselväksi, että pakollisissa tuotemerkinnöissä ei ole mitään järkeä” (“What’s the Problem with Labeling Genetically-Modified (GM/GMO) Foods?”).

Yksi kiistellyistä aiheista on juuri rbST-hormonilla käsitelty maito: yrityksen mukaan monet maidontuottajat ovat merkinneet tuotteensa tavalla, joka antaa ymmärtää rbST-lehmien tuottaman maidon olevan vahingollista tai jollakin tavalla eroavan tavallisesta maidosta. Yritys vetoaakin Yhdysvaltain elintarvike- ja lääkehallinnon FDA:n ohjeisiin, joiden määrä on varmistaa, etteivät tuotemerkinnät ole harhaanjohtavia. Samalla yritys esittää, että kuluttajille on tarjottava kaikki tarvitsemansa tieto ostopäätöstensä tekemiseksi. (“Consumer Reports' Errors on Milk Labeling”; “Milk Labeling”.) ”Tarvitsemansa tieto” on mielenkiintoinen termi, sillä yritys ei esimerkiksi puhu kaikesta mahdollisesta tiedosta: kenellä on tässä tapauksessa oikeus määrittää, mitä ja millaista tietoa kuluttajat tarvitsevat – Monsantoilla, valvontaviranomaisilla vai kuluttajilla? Tässä tullaan erittäin lähelle konstruktivistisia teorioita kieleen rakentuneesta vallasta ja esimerkiksi Strangen käsitystä siitä, kuinka informaatio toimii vallankäytön resurssina.

Yritys esittää, ettei se ole yksin ajaessaan “täydellisyyttä ja täsmällisyyttä” tuotemerkintöihin, ja että kyse on ”yksinkertaisesti rehellisyydestä tuotemerkinnöissä” (emt.), eli se pyrkii vetoamaan retorisesti sekä vallitsevaan käytäntöön että maalaisjärkeen. Toisaalta retoriikkaan sisältyy myös selkeä uhkaus: ”jos katsomme, että merkinnät ovat harhaanjohtavia, otamme yhteyttä Yhdysvaltain kansalliseen kauppakomissioon [Federal Trade Commission] huolinemme”. Monsanto myös esittää tällaisen toiminnan tukevan sekä tuotevalvontaa että maanviljelijöiden etua. (Emt.) Yritys on näin selkeästi tietoinen omasta lobbausvoimastaan ja näkee etujensa ajamisen täysin perusteltuna. Monsanto retoriikassa kuluttaja jätetään alistaiseen asemaan, sillä yksilön oikeus tietoon jää toissijaiseksi verrattuna maanviljelijöiden (ja sanattomasti myös yrityksen) intressien täyttymiseen.

## 6.3. RETORIIKAN KORPORAATIOMARKKINAT YLEISÖN SUOSTUTTELUNA

### 6.3.1. Erottautuminen yhteistyöretoriikan avulla

Kuten Tikkanen ym. esittävät (luku 5.4.), myös Monsanto yhteiskuntavastuumateriaalista on selkeästi löydettävissä erilaisia yrityksen julkisuus kuvan ylläpitämiseen tähtääviä korporaatiomarkkinoita. Lukujen 6.1. ja 6.2. perusteella voidaan sanoa, että aineistosta on hahmotettavissa kaikki kolme Tikkasen ym. (2007) määrittämää korporaatiomarkkinan piirrettä, eli omien vastuullisuuden määritelmien markkinoiminen oikeina (esimerkiksi korostamalla yrityksen roolia edelläkävijänä), yrityksen oman suoritustason korostaminen suhteessa ympäristönsuojeluun, yhteisön hyvinvointiin ja ihmisoikeuksiin sekä integriteetin ja avoimuuden korostaminen (esimerkiksi markkinoimalla uskottavia tarinoita yrityksen toiminta-arvoista). Luvuissa 6.3.1.–6.3.3. tarkastelen edellisissä luvuissa suoritettua analyysin ulkopuolelle jäänyttä kolmea eri korporaatiomarkkinoiden osa-aluetta, eli yhteistyön retoriikkaa, hyväntekeväisyyttä ja ihmisoikeuksia käsittelevää yhteiskuntavastuuaineistoa. Tässä luvussa tarkastelun keskiöön nousee yhteistyön retoriikka.

Monsanton tulevaisuuden ongelmien ratkaisua korostavaan retoriikkaan yrityksen toiminnan perusteluna liittyy keskeisesti yhteistyö muiden toimijoiden kanssa. Yritys esittää toimivansa yhteistyössä muiden yritysten, kansalaisryhmien ja hallitusten kanssa tehdäkseen ”oman osansa” tulevaisuuden haasteisiin vastaamiseksi (CSR Report, 2). Näitä haasteita Monsanto kuvaa dramaattisesti ja pitäen yhteistyötä menestyksellisen toiminnan ehtona:

Olemme etsineet tietoa ja viisautta muilta, ja aiomme jatkaa dialogin vaalimista näissä asioissa. [...] Kun otamme huomioon kestävän kehityksen haasteen maataloudessa, olemme valmiit toimimaan yhteistyössä muiden kanssa näiden haasteiden kohtaamiseksi. Nämä haasteet ovat huomattavia, ja niiden kohtaaminen vaatii kaikilta meiltä enemmän, kuin useimmat odottavat.<sup>43</sup> (Challenges for Agriculture, Environment, Farmers and Future Generations.)

Eri puolilla maailmaa ja eri sektoreilla toimivat organisaatiot voivat yrityksen mukaan hyödyttää maanviljelijöitä toimimalla yhteistyössä – ja kun maanviljelijät hyötyvät, hyötyvät Monsanto mukaan ”kaikki” (“Should Crucial Technology be Patentable?”). Yritys perustelee yhteistyötä ympäristöjärjestöjen, päättäjien ja muiden sidosryhmien kanssa toimijoiden jakamalla yhteisillä intresseillä esimerkiksi ympäristönsuojelun suhteen (2007 Pledge Report, 24). Yritys pyrkii siis osoittamaan huomioivansa myös sitä kritisoineet tahot tasavertaisina toimijoina ja olevansa valmis

---

<sup>43</sup> We have sought the knowledge and wisdom of others, and we will continue to foster a dialogue on these issues. [...] As we consider the challenge of sustainability in agriculture, we are prepared to partner with others to meet these challenges. The challenges are significant and meeting them will require all of us to do far more than most expect.

dialogiin määrittelemiensä ongelmien ratkaisemiseksi, mikä asettuu vastakkain dokumentissa esiintyneiden tutkijoiden esittämien syytösten kanssa, joiden mukaan Monsanto on pyrkinyt tukahduttamaan kohtaamansa kritiikin.

Monsanto myös pyrkii jälleen esiintymään hyvän tekijänä ja alansa asiantuntijana, jonka tehtävänä on edesauttaa kehittyvien maiden hyvinvointia:

[...] yksi Monsanto'n perustavista arvoista on jakaa tietoa ja teknologiaa auttaakseen maanviljelijöitä kehittyvissä maissa. Teemme tämän kaupallisten ja julkisten toimijoiden välisten kumppanuussuhteiden kautta, jotka yhdistävät kullekin ominaiset vahvuudet ja asiantuntemuksen sekä tekevät köyhien maanviljelijöiden avustamisen mahdolliseksi tavalla, johon meistä kukaan ei pystyisi yksin.<sup>44</sup> ("Should Crucial Technology be Patentable?")

Yritys myös pyrkii korostamaan rooliaan kuvaamalla "todellisen elintarvikevarmuuden ja kestävän vaurauden" saavuttamisen vaativan yksityisyrittäjien, julkisten toimijoiden ja kansalaisjärjestöjen välistä yhteistyötä (2007 Pledge Report, 11). Väitettä tukeakseen Monsanto esittää itsensä edelläkävijänä maataloudessa luotuaan julkisen ja yksityisen sektorin toimijoiden välisen kumppanuussuhteen kuivuutta kestävän maissin kehittämiseksi, sillä tätä kumppanuussuhdetta pidetään yrityksen mukaan mallina "uudesta teknologian jakamisen paradigmat" maatalouden alalla ("Pledge Award Winner: Water Efficient Maize for Africa"). Tätä yhteistyötä kansainvälisten ja kansallisten tutkimuskeskusten sekä kansalaisjärjestöjen ja säätiöiden kanssa yritys kuvaa vetoavasti: "Hätä on polttava. Nämä julkisen ja yksityisen väliset kumppanuudet ovat keskeisiä todellisen muutoksen aikaansaamiseksi Afrikassa. Ne ovat yhteistoimintaa, jotka kasvattavat toivoa" (2007 Pledge Report, 14).

Monsanto'n vaalima yhteistyön retoriikka poikkeaa muusta yhteiskuntavastuumateriaalista siinä, että yritys ei yhteistyöhön vedotessaan tuo esiin omia kaupallisia intressejään. Tuotteiden markkinointi kehittyvien maiden markkinoille tuo sille lisää potentiaalisia asiakkaita, mutta Monsanto ei tässä yhteydessä tuo sitä esille, toisin kuin esimerkiksi hyväntekeväisyyteen vedotessaan (luku 6.3.2.). Liiketaloudelliset motiivit tulevat esiin kuitenkin rivien välistä, sillä yritys korostaa muutoksen tärkeyttä köyhistä pienviljelijöistä yksityisyrittäjiksi, eli yrityksen intressit tulevat esiin sen asiakkaiden hyvinvoinnin korostamisena. Monsanto nimeää esimerkiksi Keniassa toteutettavan BAACH-yhteistyöprojektin tarkoituksena pääsatojen ja muiden arvokkaiden satojen tuotannon parantamisen sekä yrittäjyyden vahvistamisen (2007 Pledge Report, 11). Jokainen uusi yrittäjä taas on yrityksen

---

<sup>44</sup> [...] one of the core values at Monsanto is to share knowledge and technology to help farmers in developing countries. We do this through public-private partnerships that combine the strengths and expertise of our respective organizations and enable us to benefit resource-poor farmers in ways that none of us could do alone.

potentiaalinen asiakas, etenkin kun yrityksen tuotteet on tehty tutuiksi vastaavien yhteistyöprojektien avulla.

Lisäksi Monsanto korostaa yhteistyötä myös bioteknologian yleisen hyväksynnän saavuttamiseksi: yritys sanoo esimerkiksi Ranskassa toimivan Pledge Award-voittajan saaneen ”haastavasta julkisesta ilmapiiristä huolimatta” yhä useamman viljelijän ”tajuamaan maanviljelyssä käytettävän bioteknologian taloudelliset ja ympäristölliset hyödyt”, mikä on onnistunut rakentamalla luottamusta viljelijöiden, erilaisten sidosryhmien ja hallituksen edustajien kanssa käydyn dialogin avulla (emt., 47). Yhteistyötä voidaan näin nähdä hyödynnettävän liiketoiminnallisiin tarkoituksiin – dialogin avulla rakennetun luottamuksen kautta yritys kykenee markkinoimaan tuotteitaan ja vaikuttamaan lainsäädäntöön laajentaakseen toimialaansa globaalilla tasolla.

Pyrkiessään profiloitumaan edelläkävijäksi suhteessa alan muihin toimijoihin Monsanto tuo esiin bioteknologia-alan yhteistyösopimuksen tuotevalvonnan tehostamiseksi: Monsanto sanoo tukevensa yhteistyösopimuksen kaltaisia teollisuudenalan ja kaupparyhmittymän sisäisiä tuotevalvontapyrkimyksiä, mutta olevansa ”syvästi sitoutunut säilyttämään johtajuutensa tuotteiden ja teknologioiden vastuullisessa käsittelyssä” (CSR Report, 26; 2007 Pledge Report, 54). Vetoaminen edelläkävijyyteen on osa juuri niitä retoriikan korporaatiomarkkinoita, joita Tikkanen ym. korostavat. Vaikka yritys korostaa vahvasti yhteistoiminnan merkitystä, sillä ei lopulta ole juurikaan esimerkkejä siitä, mitä tämä yhteistyö tarkoittaa käytännössä. Retoriikka jää näin julistuksen asteelle – yritys esittää olevansa valmis yhteistyöhön materiaalisissaan mainitsemillaan osa-alueilla, mutta siitä, kuinka pitkälle meneviin yhteistoiminnan asettamiin rajoituksiin yritys esimerkiksi on valmis lopulta sopeutumaan toiminnassaan, raportit eivät kerro.

### **6.3.2. Hyväntekeväisyys PR-keinona ja vaikutuskanavana**

Meidän täytyy olla se muutos, jonka toivomme tekevämme tässä maailmassa - Gandhi<sup>45</sup>  
(www.monsantofund.org).

Yhteiskuntavastuuretoriikkansa sävyllä ominaisesti Monsanto lainaa itseään Mahatma Gandhia hyväntekeväisyysrahastonsa Monsanto Fundin etusivulla, mikä jo osaltaan kertoo järjestön asettamista tavoitteista. Gandhia symbolina hyödynnetään Monsanto hyväntekeväisyystoiminnan määrittämisessä, ja yritys pyrkii identifioimaan toimintansa niihin attributteihin ja ominaisuuksiin,

---

<sup>45</sup> We must be the change we wish to make in this world - Gandhi.

jotka liitetään Gandhiin yhteiskunnallisena toimijana ja hyväntekijänä. Yritys määrittää Monsanto Fundin tehtäväksi ”tehdä hyvää” ja auttaa muuttamaan ja parantamaan ihmisten elämänlaatua kaventamalla heidän tarpeidensa ja resurssiensa välistä kuilua (CSR Report, 32), eli Monsanto jatkaa resursseihin perustuvaa retoriikkaa myös hyväntekeväisyydestä puhuessaan.

Yritys näkee maatalousalan koulutus- ja tutkimustyöhön ohjaamiensa lahjoitusten sekä yhteistyönsä nuorisjärjestöjen ja koulutuksellisten instituutioiden kanssa auttavan kehittämään ”tulevaisuuden johtajuutta” tieteen ja maatalouden alalla. (”Corporate Giving”.) Monsanto tuo esille myös syyn toimintaansa: se pyrkii omien sanojensa mukaan kehittämään ”ymmärrystä” ja osaamista alalla, sillä luonnontieteiden opetus on olennaista ”tulevien kuluttajasukupolvien ja mielipidejohtajien valmentamisessa” (”Agriculture in the Classroom”). Samalla Monsanto tulee lausuneeksi ääneen koulutuksen rahoittamisen motiivit: tarkoituksena on vaikuttaa kuluttajien mielipiteisiin ja asenteisiin jo lapsesta lähtien ja pyrkiä muovaamaan näitä käsityksiä yritykselle suotuisaan suuntaan.

Monsanto pyrkii selkeästi vaikuttamaan toiminnallaan siihen, millaiset käsitykset bioteknologian käytöstä saavat tilaa korkeakoulutuksessa. Yrityksen mukaan on tärkeää, että tulevaisuuden kasvinjalostajat koulutetaan edistyneiden teknologioiden hallintaan ja että he ”ymmärtävät”, kuinka julkisen sektorin tutkimus voi auttaa kehitys- ja teollisuusmaiden tarpeiden täyttämässä (CSR Report, 12). Yrityksen hyväntekeväisyystoiminta esitetään siis koulutuksen ja kestävän kehityksen edistämisen, ei yrityksen oman toiminnan tukemisen näkökulmasta, mitä vastaavan koulutuspolitiikan tukeminen kuitenkin kiistämättä edistää.

Monsanton vaikutusvalta käsitysten määrittämisessä ja ohjaamisessa näyttäytyy myös peruskoulutuksen kautta. Yritys rahoittaa koulutusta ja jakaa omilla internet-sivuillaan materiaalia, jota se tarjoaa opetukseen alemmista luokista lähtien, ja joissa se pyrkii puhuttelemaan lapsia esittämällä bioteknologian ”jännittävänä toimintana” (”Youth and Education”). Monsanto on perustanut myös omia oppilaitoksia: tällainen on esimerkiksi maatalouden instituutti Buhle Academy Etelä-Afrikassa, joka tarjoaa yrityksen mukaan koulutusta eläinten kasvatuksesta, maanviljelymenetelmistä sekä liiketaloudesta ja yrittäjyydestä (2007 Pledge Report, 13). Yritys on hyväntekeväisyysprojekteissaan tarjonnut apua myös kirjakampanjoihin, joiden avulla opettajilla on Monsanto mukaan enemmän materiaalia lukutaidon kasvattamiseen sekä opiskelijoilla parempi pääsy ”tietoon” (CSR Report, 30). Osallistuessaan ympäristöä käsittelevien materiaalien, kuten esimerkiksi alakouluikäisille suunnatun Cartinha da Terran painattamiseen yritys kykenee välittämään omat kantansa hyväntekeväisyystoiminnan avulla potentiaalisille yleisöilleen jo hyvin varhaisessa vaiheessa.

Korostaakseen rooliaan yhteiskunnallisena hyväntekijänä Monsanto pyrkii ilmoittamaan ne summat, joita se on ohjannut hyväntekeväisyyteen: yritys raportoi lahjoittaneensa vuonna 2006 11,9 miljoonaa dollaria ja vuonna 2008 13,9 miljoonaa dollaria ravitsemusta, koulutusta ympäristöä ja yhteisöä koskeviin projekteihin (2007 Pledge Report, 20; CSR Report, 32). Yritys ilmoittaa myös summien jakautumisen: suurimman osan on saanut ravitsemuksellinen hyvinvointi, sen jälkeen tiede ja koulutus. Vasta tämän jälkeen tulee yhteisö, ja viimeisenä lahjoitukset muille hyväntekeväisyysorganisaatioille sekä ympäristön tukemiseen. (2007 Pledge Report, 20.) Se, että rahoitus keskittyy ravitsemukselliseen hyvinvointiin sekä tieteeseen ja koulutukseen on omiaan vahvistamaan käsitystä siitä, että kyse ei ole ensisijaisesti hyväntekeväisyydestä, vaan yrityksen kantojen mahdollisimman tehokkaasti koordinoitua tukemisesta.

Aineistosta ilmenee myös hyväntekeväisyystoiminnan merkitys yrityksen varsinaisen liiketoiminnan tukemisessa. Esimerkiksi Brasiliassa yritys esittää tukeneensa pientilallisia tavoitteenaan auttaa viljelijöitä tekemään ”parempia tuotantovalintoja”, jotta nämä voisivat saada aikaan enemmän tuloja suojellen samalla alueen ympäristön koskemattomuutta ja alkuperäistä kulttuuria” (CSR Report, 32). Paremmat tuotantovalinnat viittaavat keskeisesti yrityksen omiin tuotteisiin ja samalla hyväntekeväisyystyön hyödyntämiseen tuotteiden markkinoinnin tukena. Alkuperäisen kulttuurin tukeminen on myös kannanotto dokumentissa esitettyyn voimakkaaseen kritiikkiin paikallisten kulttuurien ja yhteisöjen tuhoamisesta.

Monsanto pyrkii korostamaan luottamuksen muodostumista viljelijöiden ja yrityksen välille paikallisten yhteistyökumppanijärjestöjen (emt., 30) sekä paikallisten tutkijoiden, tuottajien, tavarantoimittajien, hallituksen edustajien sekä yhteisön jäsenten (”Pledge Award Winner: Introduction of Insect-Protected Biotech Cotton in Burkina Faso (Africa)”) kanssa hyväntekeväisyysprojektien myötä harjoittamansa dialogin perusteella. Yritys ei pyri peittelemään hyväntekeväisyyden merkitystä toiminnan kannattavuudelle ja kaupallisen toiminnan kasvulle kohdemaassa: ”Tämä projekti oli taloudellinen menestys Monsantoille, ja samalla se parantaa pienviljelijöiden elämää ja laajentaa kaupallisen kehityksen kehitysmaahan” (emt.). Erottavaa on, että taloudellinen menestys tulee järjestyksessä ennen yhteiskunnallisen hyvinvoinnin parantamista.

Hyväntekeväisyys näyttäytyykin keinona tutustuttaa viljelijät yrityksen tuotteisiin ja polkuna kaupallisen toiminnan laajentamiseen. Monsanto esiintyy hyväntekijänä, mutta kykenee myös itse hyötymään autettavistaan pyrkimällä sitouttamaan heidät omiksi asiakkakseen. Toiminnan eettisyys

voidaan merkittävästi kyseenalaistaa, kun yritys laajentaa hyväntekeväisyystoimintansa sinne, missä ihmiset ovat ruoka-avun tarpeessa:

Vuodesta 2002 lähtien Malawin kansa on kohdannut jatkuvan elintarvikepulan kuivuudesta, köyhyydestä ja alhaisesta sadoista johtuen. Vuonna 2006 viisi miljoonaa ihmistä oli kipeästi ruoka-avun tarpeessa. Monsanto työryhmä näki tilaisuuden vastata elintarvikepulaan ja kasvattaa paikallista omavaraisuutta lahjoittamalla 700 tonnia laadukasta muunneltua maissin siementä – tarpeeksi saavuttaakseen 140 000 köyhää viljelijää.<sup>46</sup> (2007 Pledge Report, 9.)

Hyväntekeväisyystoimintaa koskevan aineiston perusteella ja yllä olevaan lainaukseen viitaten voidaankin kysyä, kenen tilaisuus ja kenen hyöty toiminnassa lopulta on kyseessä. Geeniteknologiaa tarjotaan ratkaisuna inhimillisen hädän lievittämiseen ja samalla kasvattamaan maanviljelijöiden luottamusta tuotteisiin, mikä taas on keino saada jalansija markkinoilla. Yllämainittu mahdollisuus kohdata elintarvikepula on myös mahdollisuus kasvattaa yrityksen omaa liikevaihtoa, etenkin kun alueen viljelijöiden omavaraisuutta pyritään kasvattamaan.

Hyväntekeväisyyden merkitystä liiketoiminnalle ei tarvitse lukea rivien välistä, sillä yritys tuo sen esiin myös itse: esimerkiksi Monsanto luoman, yhteiskuntavastuullista toimintaa koskevan Pledge Awardin<sup>47</sup> tarkoituksena on antaa tunnustusta niille henkilöille, projekteille ja ohjelmille, jotka ilmentävät yrityksen tekemää lupausta ”samalla täyttäen tai ylittäen liiketoimintatavoitteita” (CSR Report, 30). Hyväntekeväisyystyön motiivit tulevat esiin myös toimitusjohtajan suusta, kun tämä kuvailee, miksi Monsanto toimii Malawilla:

“Allekirjoitan vahvasti näkemyksen, jonka mukaan voit harjoittaa hyvää liiketoimintaa ja tehdä hyvää,” Grant sanoo. ”Osa ihmisistä, jotka aloittavat näitä ohjelmia, tulevat olemaan asiakkaitamme tulevaisuudessa. Osa tästä on hyväntekeväisyyttä, mutta on olemassa myös osa, joka on perusta kokonaiselle uudelle asiakkaiden sukupolvelle.”<sup>48</sup> (2007 Pledge Report, 8.)

Yritys tuo näin selkeästi esiin, että hyväntekeväisyystoiminnan avulla on mahdollista saavuttaa uusia asiakkaita ja laajentaa liiketoimintaa entisestään. Liiketoiminnan edistäminen hyväntekeväisyyden avulla tulee aineistossa esille myös poliittisen vaikuttamisen näkökulmasta, sillä järjestäessään

---

<sup>46</sup> Since 2002, the people of Malawi have experienced chronic food shortages due to drought, poverty, and low crop yields. In 2006, 5 million people were in dire need of food aid. A Monsanto team saw an opportunity to address the food shortage and to increase local food self-sufficiency through the donation of 700 metric tons of quality hybrid maize seed — enough to reach 140,000 resource-poor farmers.

<sup>47</sup> Yrityslupauksen toteuttamisen tueksi Monsanto on perustanut yrityksen työntekijöille jaettavan palkinnon, Monsanto Pledge Awardin, joka myönnetään vuosittain yrityslupauksen arvoja ”erityisen hyvin” heijastaville projekteille. Myös palkinnolla on selkeä liiketoiminnallinen tavoite, sillä Monsanto sanoo apurahan laajentavan yrityslupauksen vaikutuksia ja seurauksia Monsanto oman toiminnan ulkopuolelle. (“Pledge Award Winners”.)

<sup>48</sup> “I subscribe strongly to the view that you can do good business and do good,” says Grant. “Some of the people who are starting these programs will be our customers in the future. A piece of this will be philanthropic, but there’s a piece that’s the ground floor of a whole new generation of customers.”

projekteja elintarvikepulan ratkaisemiseksi yritys kykenee vaikuttamaan paikalliseen lainsäädäntöön: kyetäkseen vastaanottamaan ruoka-apua geeniteknologian muodossa valtioiden on muutettava sitä lainsäädäntöä, joka on aiemmin rajoittanut vastaavan teknologian hyödyntämistä: esimerkiksi kuivuutta kestävä maissin kohdalla projektiin osallistuvat viisi maata ovat luvanneet muuttaa toimialaa koskevaa sääntelyä maassaan (”Pledge Award Winner: Water Efficient Maize for Africa”).

### **6.3.3. Ihmisoikeuksien tuotteistaminen**

Monsanto esittää ihmisoikeuksien suojelun velvollisuudekseen siksi, että sekä YK:n Ihmisoikeuksien julistuksen että kansainvälisen työjärjestön (ILO) säädösten mukaan ihmis- ja työntekijöiden oikeuksien suojele kuuluu jokaiselle yksilölle ja yhteiskunnan jäsenelle, eli myös yksityisen sektorin on tuettava hallituksia ihmisoikeuksien turvaamisessa omassa vaikutuspiirissään. Monsanto perustelee säännösten mukaista toimintaa sillä, että näin se täyttää yrityksiin kohdistuvat odotukset hyvästä yrityskansalaisuudesta. (Employee Guidebook, 5.) Edeltävä määritelmä on merkittävä yhteiskuntavastuumateriaalissa, sillä siinä Monsanto ottaa kantaa yritysten asemaan toimijoina kansainvälisessä yhteisössä. Monsanto määrittelee yrityksen toimijaksi, jolla on selkeä vastuu ympäröivää yhteisöä kohtaan, eli se pyrkii osoittamaan sisäistäneensä yhteiskuntavastuukeskustelun käsitykset yrityksen vastuullisesta roolista yhteisössä.

Monsanto kuitenkin vetoaa edellisessä määritelmässä ihmisoikeuksien huomioimiseen nimenomaan yhteisön odotusten vuoksi. Se, että Monsanto perustelee ihmisoikeusnäkökulmaansa yhteisön sille asettamalla odotuksilla, liittyy kiinteästi käsitykseen maineen vaikutuksesta liiketaloudelliseen menestykseen: osa yrityksen retoriikkaa on pyrkimys näyttäytyä positiivisena toimijana niillä osalualueilla, joita kuluttajat pitävät tärkeänä. Yhteiskuntavastuullinen toiminta on tällöin pikemminkin opportunistista oman edun tavoittelua, kuin yhteisön etujen asettamista toiminnan lähtökohdaksi. Monsanto esittää yritysten tehtäväksi ihmisoikeuksien suojelun ja tukemisen, mutta se ei erittele yritykselle kuuluvaa vastuuta tarkemmin. Siitä huolimatta, että Monsanto ihmisoikeuksia koskeva retoriikka on voimakasta, sen toiminta vaikuttaisi aineiston perusteella olevan muuttumista pakon edessä vapaaehtoisen kehittämistyön sijasta.

Monsanto näkee maatalousyrityksenä omaavansa ”ainutlaatuisen tilaisuuden suojella ja edistää ihmisoikeuksia” (2007 Pledge Report, 15). Näin ihmisoikeuspolitiikkaa ei esitetä velvoitteeksi, vaan sitä pidetään etuoikeutena, eli yritys pyrkii assosioimaan toimintansa vapaaehtoistyöhön. Monsanto määrittelee ihmisoikeudet sanastossaan niiksi perustaviksi standardeiksi tai arvoiksi, joita ilman ihmiset



eivät voi elää ihmisarvoista elämää (Employee Guidebook, 26). Mielenkiintoista tässä on Monsanto näyttäytyminen ihmisoikeuksien puolestapuhujana, lähes aktivistina, mutta lähemmin tarkasteltuna yrityksen materiaalista ei löydy samassa suhteessa kertomuksia ihmisoikeuspolitiikan toteuttamisesta käytännössä, mihin palaan hieman myöhemmin tässä kappaleessa. Retoriikassaan yritys kuitenkin korostaa positiivisia toimintatapoja ja ihmisoikeuksien suojelua jopa aggressiivisestikin.

Monsanto pyrkii korostamaan kansainvälisten julistusten merkitystä ja vetoaa näin vallitseviin normeihin. Vastaavalla tavalla yritys hyödyntää kansalaisjärjestöjen auktoriteettia ihmisoikeuskysymyksissä esittämällä niiden kannanottoja materiaalisuudessaan (CSR Report, 37). Monsanto korostaa myös yhteistyötä ongelmien ratkaisemiseksi: esimerkiksi lapsityövoima on Monsanto mukaan äärimmäisen monimutkainen ongelma, johon vastaaminen edellyttää koordinoituja ponnistuksia monikansallisten yritysten lisäksi kansallisten yrityksen, alihankkijoiden, kansallisten ja kansainvälisten kansalaisjärjestöjen sekä julkisen hallinnon taholta (”Key Activities”). Yritys siis pyrkii korostamaan ongelman mittasuhteita ja esittämään, että sen ei ole mahdollista ratkaista ongelmaa itse. Samalla Monsanto jättää keskustelun ulkopuolelle asemansa globaalina työnantajana, jolla on keskeinen vaikutusvalta asiassa.

Monsanton toimitusjohtajan Hugh Grantin mukaan yrityksen on ”aika liikkua kohti johtavaa asemaa maailmanlaajuisesti tällä kriittisellä osa-alueella” (”Monsanto and Human Rights”). Yritys haluaa näin esiintyä edelläkävijänä suhteessa ihmisoikeuskeskusteluun maatalouden toimialalla. Tämä tulee ilmi myös siinä, kuinka Monsanto lainaa mediasta poimittuja, liiketoiminnallisia epäkohtia käsitteleviä artikkeleita työntekijöilleen suunnatussa ohjekirjassaan. Nämä artikkelit kuvailevat Monsanto mukaan eri teollisuudenaloilla ja maanosissa ilmeneviä olosuhteita, ”joita on mahdoton hyväksyä”. Monsanto ei – mikä sinänsä ei ole yllättävää – ole osallisena kyseisissä esimerkeissä, minkä yritys tosin itsekin ilmaisee ääneen. Verratakseen toimintaansa esiintuomiinsa väärinkäyttöihin yritys kehottaa lukijaa huomaamaan osion, joka käsittelee ”eräitä Monsanto saavutuksia ihmisoikeuksien alueella”. (Employee Guidebook, 29.) Näin yritys pyrkii nostamaan oman toimintansa positiiviseen valoon erottautumalla retorisesti raportoinnistaan väärinkäytöksistä.

Yritys myös pyrkii ulkoistamaan ihmisoikeusongelmat omasta toiminnastaan irrallisiksi määrittelemällä ne osaksi alihankintaketjua, ja liikekumppaneiden on Monsanto mukaan pyrittävä työolojen jatkuvaan ja kestävään kehittämiseen (Employee Guidebook, 7). Toisaalta yritys sanoo liikekumppaneidensa kohtaavan ”valtavia” taloudellisia ja kulttuurisia haasteita lapsityövoiman eliminoimiseksi ja olevansa itse sitoutunut toimimaan yhteistyössä näiden kumppaneiden kanssa

varmistukseksi, että lapsityövoiman ”pahimmat muodot” voitaisiin välttää (emt., 11; 2007 Pledge Report, 15). Taloudellisiin ja kulttuurisiin haasteisiin vetoamisen avulla ongelma esitetään rakenteellisena, eikä yritysten omaa merkitystä suhteessa ongelman syntyyn käsitellä. Yhteistyökumppaneita koskevan aineiston avulla Monsanto pyrkii myös kohdistamaan lopullisen vastuun alihankkijoihin ja esiintymään itse olosuhteiden vapaaehtoisena korjaajana, sillä yritys ei tarkastele kriittisesti omaa rooliaan työnantajana.

Mitä ihmisoikeuspolitiikalla lopulta tarkoitetaan käytännön tasolla? Monsanto on päälimmäisin huolenaihe on selkeästi lapsityövoima, ja tämän ongelman syyt yritys pyrkii myös määrittelemään itse. Monsanto liittyy lapsityövoiman historialliseen kontekstiin, eli se selittää lapsityövoiman tulleen ongelmana esiin teollistumisen aikakaudella Euroopassa ja Pohjois-Amerikassa. Yritys kuvailee lapsityövoimaa ”köyhyysloukun” perustekijänä ja lainaa samalla YK:n kansainvälistä työjärjestöä ILO:a selittäessään lapsityövoimaa ilmiönä, johon köyhien ihmisten on ollut pakko myöntyä saavuttaakseen ”jonkinlaisen vähimmäisturvan”. (2007 Pledge Report, 16.) Siitä huolimatta, että yritys esittää lapsityövoiman olleen osa teollistumisen aikakautta lännessä, se sitoo nykyisen ongelman johtuvaksi vallitsevista paikallisista olosuhteista: Monsanto sanoo uskovansa, että sen olemassa oleva työpolitiikka on a-luokkaa, mutta globaalina yrityksenä se ymmärtää harjoittavansa toimintaa sellaisissa maissa ja teollisuudenaloilla, joissa ihmisoikeusrikkomuksia ”saattaa tapahtua” (Employee Guidebook, 5). Yritys myös pyrkii vakuuttamaan olevansa valmis vastaamaan ”paikallisten olosuhteiden asettamiin haasteisiin” (CSR Report, 36–37).

Ilmiö esitetään näin lännessä irrallisena ja ominaisena kehittyville talouksille. Monsanto pyrkii lisäämään lapsityövoiman negatiivista kaikua ja samalla korostamaan omia ponnistuksiaan sanonnalla, että sitä vastaan on ”taisteltava”. Monsanto esittää kohtaavansa vaikeimmat haasteet niillä nousevilla markkinoilla, joilla paikalliset lait tai toimintatavat ovat ristiriidassa yrityksen oman työpolitiikan, YK:n yleismaailmallisen ihmisoikeuksien julistuksen tai ILO:n julistuksen kanssa. Tällöin ihmisoikeuksien täytäntöönpano ja alihankkijoiden sitominen ihmisoikeuksien noudattamiseen on yrityksen mukaan ”pitkä ja monimutkainen prosessi”. (Emt.) Toimintatavat esitetään näin vahvasti paikallisina, vaikka monikansallisilla yrityksillä itsellään on ollut merkittävä rooli niiden vakiintumisessa ja ylläpitämisessä edeltävien vuosikymmenien aikana, mikä taas jää Monsanto materiaalissa vaille huomiota.

Yritys esittää maataloudessa yleisimmin esiintyvät ihmisoikeusloukkaukset, pakkotyön ja lapsityövoiman, ilmiöinä, jotka ovat olleet olemassa jo pitkään (Employee Guidebook, 8). Se näkee

lapsityövoiman ”monimutkaisena yhteiskunnallis-taloudellisena ongelmana, jonka ratkaisu vaatii kestävästä sitoutumista työnantajilta, hallituksilta ja ei-valtiollisilta organisaatioilta (2007 Pledge Report, 16). Monsanto mukaan moninaiset kulttuuriset, taloudelliset ja koulutukseen perustuvat tekijät vaikuttavat lapsityövoiman olemassaoloon ja levinneisyyteen maataloudessa, etenkin kehittyvissä talouksissa (Employee Guidebook, 11). Yritys määrittelee näin ongelman laajaksi ja epätarkaksi, vaikeasti lähestyttäväksi kokonaisuudeksi, joka ei ole pelkästään sen itsensä ratkaistavissa. Samalla se siirtää vastuuta omien toimipisteidensä olosuhteista valtioille ja kansalaisjärjestöille. Monsanto myös pyrkii lisäämään liikkumatilaansa esittämällä, ettei sen ole mahdollista ratkaista jokaista ihmisoikeusloukkausta välittömästi (”Monsanto and Human Rights”).

Monsanton mukaan paikalliset teollisuudenalan standardit ovat ”yleisen käsityksen” mukaan olemassa helpottaakseen sellaisten avainkysymysten, kuten palkkojen, työpaikkakäytäntöjen ja työaikojen, yhteisten toimintatapojen ja hyväksyttävien normien määrittämistä (Employee Guidebook, 26). Monsanto välttää kuitenkin kysymyksen, kuka nämä normit ja arvot määrittää, ja mikä on monikansallisten yritysten rooli niiden muodostumisessa. Retoriikassaan yritys piiloutuu vallitsevien käytäntöjen osalta näiden normien taakse – se kokee täyttävänsä yhteiskuntavastuullisen toiminnan vaatimukset noudattamalla paikallisia käytäntöjä, mutta ei tuo esiin sitä, että se kykenee työnantajana ja vaikutusvaltaisena globaalina toimijana vaikuttamaan itse kyseisten normien muodostumiseen.

Ihmisoikeuksien korostamisen yhteydessä nousee esiin myös yrityksen kaupallinen menestys: Kirjeessään yhteistyökumppaneilleen yritys esittää, että se uskoo ihmisoikeuspolitiikan olevan hyvästä yrityksen liiketoiminnalle, yrityksen työntekijöille ja yrityksen alihankkijoille (Letter to Monsanto Business Partners). Mielenkiintoista tässä on juuri sanajärjestys: liiketoiminta tulee järjestyksessä ennen työntekijöitä ja alihankkijoita. Sama korostuu myös esimiehille työolojen parantamiseksi jaetuissa ohjeissa, sillä yritys kehottaa esimiehiään tarkastamaan ”mahdollisuuksien puitteissa tuotantoajat ja -kierrot tavoitteena kohtuullisuus” (Employee Guidebook, 23–24). Asiassa näytettäisiin siis etenevän siinä määrin, missä liiketoiminnan kannattavuus antaa siihen mahdollisuuden. Tästä näkökulmasta katsoen ihmisoikeuspolitiikasta tulee osa yrityksen strategiaa, sillä se sitoutuu toimintapolitiikkana ja -menetelmänä liiketaloudelliseen kokonaistulokseen.

Monsanton ihmisoikeuspolitiikkaa koskevalle raportoinnille on ominaista, että se nostaa vertailuun sen, kuinka huonosti asiat ovat ennen kehitystoimia olleet: yritys raportoi mahdollistaneensa lääkärintarkastukset ja puhtaan veden tarjoamisen työntekijöille, jotka aiemmin toivat veden kotoaan tai valuttivat epähygieenistä vettä pelloilta (2007 Pledge Report, 18). Samalla yritys pyrkii korostamaan

myös ponnistelujaan: ”Monet toimipaikoistamme työskentelevät ahkerasti järjestääkseen paremman majoituksen ja puhtaan juomaveden sesonkityöntekijöillemme” (emt.; CSR Report, 38). Osittain Monsanto'n ihmisoikeuspolitiikka näyttäisikin olevan esimerkki siitä, kuinka puutteet työolosuhteissa kyetään kääntämään retorisesti eduksi, kun muutokset esitetään ympäröivää yhteisöä hyödyttävänä kehityksenä ja ponnisteluina olosuhteiden parantamiseksi.

Erityislaatuista Monsanto'n ihmisoikeusretoriikalle on se, että myös ihmisoikeuksien kehitys liitetään teknologiseen kehitykseen. Monsanto perustelee näkemyksensä sillä, että säästöjen ja tehokkuuden kasvaessa teknologisen kehityksen johdosta tästä edistyksestä hyötyvät paitsi kuluttajat ja elintarviketuottajat, myös viljelijät ja työntekijät, jotka hyötyvät sekä tulojen kasvusta että turvallisimmista työolosuhteista. ”Jatkamme näiden teknologisten menestysten seuraamista ja toivomme samalla, että ne voisivat tukea sitoumustamme ihmisoikeuksiin Monsanto'n alihankintaketjussa”. (Employee Guidebook, 33.) Lausunto korostaa Tikkasen ym. esittämien korporaatiomarkkinoiden merkitystä yrityksen yhteiskuntavastuuperiaatteita muodostettaessa: Monsanto pyrkii myös ihmisoikeuskeskustelun avulla vetoamaan niihin osa-alueisiin, jotka tukevat mahdollisimman virtaviivaisella tavalla sen omaa taloudellista tulosta.

## 7. LOPUKSI

Työn alussa määritin tutkimukseni tarkoituksiksi analysoida, *millä tavoin yritys pyrkii puhuttelemaan muita toimijoita ja vaikuttamaan yhteiskunnan toiminnan kannalta keskeisten käsitysten rakentumiseen*. Samalla lähtökohtanani toimi oletus, jonka mukaan Monsanto pyrkii viestintänsä avulla käyttämään yhteiskunnallista valtaa ja samalla vahvistamaan asemaansa yhteiskunnallisena toimijana. Monsanto yhteiskunnallisen roolin tarkastelun esitin keskeiseksi siksi, että se kykenee alansa suurimpana ja merkittävimpanä toimijana vaikuttamaan yritysten toiminnan ja toimintavaltuuksien määrittämiseen globaalilla tasolla. Kontekstina tutkimukselleni toimi retorinen kamppailu, jonka toiseksi osapuoleksi määrittelin The World According to Monsanto -dokumentin.

Aineiston analyysissä esiin tulleista näkemyksistä käy selkeästi ilmi, että myös dokumentti osallistuu kamppailuun yhteiskunnallisten totuuksien määrittämisestä. Sekä Monsanto että Robin pyrkivät puhuttelemaan yleisöään erilaisten retoristen keinojen avulla, joista keskeisimpiä ovat Burken määrittämä identifikaatio ja erottautuminen. Pyrkimyksissään ”meidän” luomiseen ja ”muiden” tai ”toisten” erottamiseen Monsanto ja Robin tarjoavat määritelmiään yhteiskunnallisten totuuksien rakentamiseksi. Robinin toisiin kuuluvat monikansalliset yritykset, joiden toimintaa kuvataan epärehellisyyden, valehtelun, omien etujen ajamisen ja moraalittomuuden käsittein. Nämä yritykset asetetaan vastakkain yksilöiden ja yhteisöjen kanssa, joille yhteistä on Monsanto toiminnasta aiheutuvien seurausten kantaminen. Myös Monsanto pyrkii määrittämään vastapuolensa negatiivisia tavoitteita ajavana ja epäreiluna, mutta ensisijainen merkitys identifikaatiolla ja erottelulla on sen oman roolin määrittämisessä: Monsanto pyrkii identifioitumaan hyväntekeväisyyteen, ympäristö- ja yhteiskuntavastuulliseen toimintaan sekä yhteiskunnallisen kehityksen edesauttamiseen, ja toisaalta taas erottautumaan muista toimijoista edelläkävijäksi.

Aineistossa Monsanto pyrkii vahvasti ottamaan kantaa siihen, mitä pidetään totuutena, faktana tai oikeana tietona. Samalla yritys konstruoi retoriikan avulla sosiaalista todellisuutta (Törrönen 1997, 222). Viitattaessaan käyttämiinsä asiantuntijalähteisiin tai asiakkaidensa kertomuksiin yritys pyrkii esittämään, että sen valikoimat väittämät ovat objektiivisia tai neutraaleja. Asiantuntijoiden lausuntoihin vetoamalla yritys pyrkii määrittämään totuudeksi ne poimimansa kannanotot, jotka tukevat sen toiminnan näyttäytymistä positiivisessa valossa. Ilmeistä on, että esimerkiksi kansalaisjärjestöjen lausunnoista olisi mahdollista löytää myös vastakkaiseen suuntaan viittaavaa aineistoa, eli Monsanto hyödyntää myös rajaamista ja poissulkemista retorisenä keinona.

Tuotemerkinnöistä ja patenttioikeuksista käytäviä kiistoja käsitellessään Monsanto retoriikka korostaa konstruktivistisia teorioita kieleen rakentuneesta vallasta ja Strangen käsitystä siitä, kuinka informaatio toimii vallankäytön resurssina. Yritys pyrkii toiminnallaan hallitsemaan sitä, millaisia käsityksiä sen toiminnasta esitetään ja kuinka paljon tietoa kuluttajille tarjotaan. Aineiston perusteella voidaankin puhua näennäisavoimuudesta, sillä yritys kuvaa itseään avoimena organisaationa, mutta sen toimintasäännöt vahvistavat käsitystä tarkasti rajatusta viestintäkulttuurista, jossa viestinnän vastavuoroisuus tapahtuu yrityksen ehdoilla. Vaikka Monsanto painottaa rehellisyyttä ja avoimuutta sidosryhmiään kohtaan, se valvoo ja ohjeistaa tarkasti, miten ja millaista tietoa yrityksen ulkopuolelle voidaan välittää.

Retorisesta määritelmäkamppailusta viestii esitetyn kritiikin esiintuminen yrityksen omassa materiaalissa siksi, että Monsanto pyrkii todistamaan sen vääräksi väittämäksi. Vedotessaan harhaanjohtaviin väitöksiin ja tosiasioihin yritys pyrkii määrittämään keskustelun sisällön ja esittämään omat käsityksensä yhteiskuntavastuusta ja omasta toiminnastaan oikeana. Retoriselle kamppailulle ominaisesti Monsanto retoriikka on voimakkainta silloin, kun se selkeästi ajaa tiettyä agenda. Yritys myös määrittelee jatkuvasti yhteiskunnallisia arvoja ja normeja kapitalistista taloutta tukevaan suuntaan. Kun Robinin dokumentti esimerkiksi korostaa paikallisten kulttuurien säilyvyyttä, Monsanto pyrkii ensisijaistamaan ravinnon tehotuotannon päällimmäisenä yhteiskunnallisena arvona.

Aineiston perusteella Monsanto liiketoiminnan tukemista tavoittelevan retoriikan voidaan myös sanoa perustuvan eräänlaisen selviytymistarinan kuvaamiseen. Yrityksen kuvaukset yhteiskuntaa odottavista uhkakuvista assosioituvat poikkeustilaan, joka taas oikeuttaa laveampia toimintakeinoja yhteiskunnallisen hyvän turvaamiseksi. Monsanto pyrkiikin oikeuttamaan toimintansa poikkeuksellisuuden käsityksen avulla ja luomaan itselleen roolin keskeisenä toimijana suhteessa määrittelemiinsä ongelmiin. Yritys pyrkii läpi materiaalin identifioimaan toimintansa ratkaisevan tärkeäksi globaalilla tasolla, ja esittää bioteknologisen kehityksen ainoana ratkaisuna tulevaisuuden haasteisiin jättämällä muut toimintavaihtoehdot huomiotta. Monsanto myös pyrkii korostamaan niitä kehityssuuntia, jotka sen on mahdollista esittää bioteknologian soveltamisen positiivisiksi seurauksiksi ja vaikenemalla dokumentissa esitetyn kritiikin yksityiskohdista.

Yritys pyrkiikin kuvamaan roolinsa yhteiskunnassa sen aktiivisena ja vastuullisena jäsenenä. Aineisto tuo esiin Monsanto pyrkimykset identifioitua eräänlaiseksi ihmisoikeus- tai kansalaisaktivistiksi yritystoiminnassa. Monsanto pyrkii näin kohtaamaan ympäristövahingoista ja terveyden vahingoittamisesta esitetyn kritiikin määrittämällä roolinsa uudelleen positiivisin termein. Kautta linjan

Monsanto painottaa myös ympäristökysymysten kohdalla positiivisia näkökohtia ja jättää tuomatta esiin toimintansa negatiiviset ilmentymät, eli hyödyntää retorista rajaamista. Yrityksen ratkaisu käsitellä negatiivisia аспекteja onkin kääntää ne positiivisiksi esimerkiksi erilaisten hyväntekeväisyys- ja turvallisuusohjelmien muodossa.

Vaikka Monsanto välttää vallankäytöstä puhumista materiaalissaan, sen yhteiskuntavastuullisuutta käsittelevä aineisto itsessään toimii yhteiskunnallisen vallankäytön välineenä ja pyrkimyksenä vaikuttaa suoraan poliittisiin päättäjiin. Poliittista toimintaa käsitellessään yritys esittää poliittisiin prosesseihin osallistumisen tärkeänä, mutta ei kuvaa vaikutusvaltaansa epäsuhtaisena muihin toimijoihin nähden. Suhteessa hyväntekeväisyyteen yritys pyrkii esiintymään epäpoliittisena toimijana – siitä huolimatta, että sen harjoittama hyväntekeväisyystoiminta esimerkiksi ruoka-apuun ja koulutukseen liittyen viestii yrityksen yhteiskunnallisesta vallankäytöstä.

Monsanto myös pyrkii poliittista toimintaa käsittelevässä materiaalissaan määrittelemään suhteensa politiikkaan yksinomaan poliittisiin päättäjiin ylläpitämänsä suhteen kautta, mutta aineistossa se käsittelee jatkuvasti kehitys-, ympäristö-, ihmisoikeus- ja energiapolitiittisia kysymyksiä. Materiaaliinsa sisältyvää retoriikkaa Monsanto ei kuitenkaan missään vaiheessa tuo esiin poliittisena kysymyksenä tai toimintana. Monsanto vaikeneminen poliittisesta vaikutusvallastaan heijastaa hyvin Burken esitystä piilevästä vallasta: silloin kun toiminnan epäpoliittisuutta vakuutetaan ”kiihkeästi”, identifikaatiota koskevan retorisen periaatteen mukaisesti tulee aina etsiä siihen sisältyvää politiikkaa (Burke 1969b, 28).

Monsanton tapa epäpolitisoida toimintansa tulee hyvin esille etenkin ihmisoikeuksista käytävän keskustelun suhteen. Ongelmalliset toimintatavat esitetään paikallisina, vaikka monikansallisilla yrityksillä itsellään on ollut merkittävä rooli niiden vakiintumisessa ja ylläpitämisessä edeltävien vuosikymmenien aikana. Yhteistyöhön vetoamalla Monsanto myös siirtää vastuuta omien toimipisteidensä olosuhteista valtioille ja kansalaisjärjestöille. Samalla Monsanto välttää kysymyksen, kuka työtä koskevat normit ja arvot määrittää, ja mikä on monikansallisten yritysten rooli niiden muodostumisessa. Retoriikassaan yritys piiloutuu vallitsevien käytäntöjen osalta näiden normien taakse – se kokee täyttävänsä yhteiskuntavastuullisen toiminnan vaatimukset noudattamalla paikallisia käytäntöjä, mutta ei tuo esiin sitä, että se kykenee työnantajana ja vaikutusvaltaisena globaalina toimijana vaikuttamaan itse kyseisten normien määrittämiseen.

Monsanto myös määrittää oman toimintasääntönsä Code of Conductin merkityksen suhteessa kansalliseen ja kansainväliseen lainsäädäntöön. Yritys asettaa omat norminsa kansallisen ja kansainvälisen lainsäädännön yläpuolelle esittämällä omat säännöksensä vallitsevaa oikeuskäytäntöä eettisempänä. Samalla se haastaa vallitsevat normit ja käytännöt. Monsanto yhteiskuntavastuullista toimintaa käsittelevä materiaali voidaankin nähdä yrityksen tarjoamana määritelmänä siitä, mikä on eettistä ja yhteiskuntavastuullista toimintaa. Toisin sanoen Tikkaseen ym. (2007) viitaten se markkinoi omia yhteiskuntavastuullisen toiminnan mittareitaan, eli omaa toimintasääntöään, oikeana toimintatapana.

Aineiston perusteella voidaan todeta, että maineen aseman korostuminen yritystoiminnassa ohjaa yhteiskuntavastuuta käsittelevän materiaalin laatimista. Monsanto yhteiskuntavastuumateriaalista on selkeästi löydetävissä erilaisia yrityksen julkisuuskuvan ylläpitämiseen tähtäviä korporaatiomarkkinoita. Mutta kuten kolmesta retoriikan korporaatiomarkkinoita käsittelevästä luvusta käy ilmi, nämä markkinat eivät jää pelkästään retoriikan tasolle: korporaatiomarkkinoista tulee osa yrityksen strategiaa, jonka avulla yritys etsii mahdollisimman edullisia toimintaolosuhteita esimerkiksi hyväntekeväisyystoiminnan, kehityspolitiikan ja koulutuksen kautta.

Kanta vahvistaa käsitystä siitä, että yrityksen yhteiskuntavastuullisen toiminnan motiivina on nimenomaan liiketaloudellisen toiminnan vahvistaminen: yhteiskuntavastuullista toimintaa ilmentävän yrityslupauksen sisältö määräytyy sen mukaan, kuinka Monsanto liiketoiminnalliset tavoitteet määritellään. Yritystoiminnan lähtökohdat esitetään intressiperustaisina, ja yhteiskuntavastuukeskustelulla on asemansa, mikäli se tukee yrityksen (tulostavoitteita). Ilman tätä kykyä tukea yrityksen liiketoiminnallista tulosta yhteiskuntavastuukeskustelu ei välttämättä saisi nykyistä rooliaan. Yhteiskuntavastuullisella toiminnalla ei kuitenkaan ole pelkästään merkitystä siksi, että se pyrkii markkinoinnin näkökulmasta puhuttelemaan yksilöitä kuluttajina, vaan myös siksi, että yhteiskuntavastuullisen toiminnan avulla yritys kykenee käyttämään rakenteellista valtaa esimerkiksi tarjotessaan resursseja heikommassa asemassa oleville valtioille.

Hyväntekeväisyystoimintaa ja yhteistyötä kansalaisjärjestöjen kanssa voidaan näin nähdä hyödynnettävän liiketoiminnallisiin tarkoituksiin. Yhteiskuntavastuullisen toiminnan avulla rakennetun luottamuksen kautta yritys kykenee markkinoimaan tuotteitaan ja vaikuttamaan hyväntekeväisyyden kautta lainsäädäntöön laajentaakseen toimialaansa globaalilla tasolla. Monsanto esiintyy hyväntekijänä, mutta kykenee myös itse hyötymään autettavistaan pyrkimällä sitouttamaan heidät omiksi asiakkaikseen. Järjestäessään projekteja elintarvikepulan ratkaisemiseksi yritys kykenee lisäksi



vaikuttamaan paikalliseen lainsäädäntöön. Koulutuspolitiikan kautta tarkoituksena on taas vaikuttaa kuluttajien mielipiteisiin ja asenteisiin sekä pyrkiä muovaamaan näitä käsityksiä yritykselle suotuisaan suuntaan.

Yhteenvedona voidaan todeta, että Monsanto vaikuttaa aktiivisesti yhteiskunnallisten käsitteiden määrittelyyn yksilön perusoikeuksien kuvaamisesta aina järjestelmätason poliittiseen toimintaan saakka määrittämällä valtioiden, yksilöiden ja yritysten toimintamahdollisuuksia ja keskinäisiä suhteita. Vaikka Monsanto ei itse pyri esiintymään yhteiskunnallisena vallankäyttäjänä, sen retoriikka viestii vahvasti yrityksen tavoitteista vallitsevien olosuhteiden muuttamiseen. Vetoamalla retorisesti yksilöihin ja valtiotoimijoihin yritys pyrkii vaikuttamaan käsityksiin yhteiskunnalliseen toimintaan sisältyvistä arvoista, normeista ja periaatteista. Monsanto myös osallistuu sen määrittämiseen, mikä käsitetään tietona – ja kenellä tätä tietoa on oikeus ja mahdollisuus tuottaa ja hallita. Erittelemällä Monsanto hyödyntämiä retorisen vaikuttamisen keinoja myös tutkimus pyrkii tuottamaan tietoa yritystoiminnassa tyypillisistä tai mahdollisista retorisisista käytänteistä.

Tutkimus täydentää näin monikansallisten yritysten roolin ja vaikutusvallan määrittymistä osana kansainvälistä politiikkaa. Se tuo esiin niitä keinoja ja toimintamahdollisuuksia, joiden avulla yritykset kykenevät vaikuttamaan muihin toimijoihin ja kansainvälisen järjestelmän rakenteeseen siinä toimijoiden ja rakenteiden välisessä vuorovaikutussuhteessa, jota Wendt korostaa. Yritysten toimintaa ei tule rajata vain valtioiden välisen yhteisön määrittämiin puitteisiin, sillä yritysten mahdollisuus puhutella kaikkia kansainvälisessä järjestelmässä osallisena olevia toimijoita, eli valtioiden lisäksi myös yksilöitä ja yksilöiden muodostamia yhteisöjä, on keskeinen näkökulma tarkasteltaessa toimijoiden välisiä valtasuhteita.

Lisäksi tutkimus tuo esiin rakenteellisen vallankäytön merkityksen yhtenä yhteiskuntavastuullisen toiminnan motiivina, minkä yhteiskuntavastuuta käsittelevät teoriat jättävät huomiotta painottaessaan yritysten pyrkimyksiä lähinnä liiketoiminnallisten voittojen näkökulmasta. Tarkoitukseni onkin ollut korostaa yrityksen yhteiskuntavastuun käsityksiin rakentuvaa mahdollisuutta poliittiseen käsitteenmäärittelyyn ja yhteiskunnalliseen vallankäyttöön pelkän taloudellisten toimintaedellytysten kehittämisen näkökulman sijaan. Tutkimus myös pyrkii korostamaan PR-toiminnan ja sen hyödyntämisen retorisen suostuttelun merkitystä yhtenä keskeisenä vaikuttamisen keinona yhä medioituvammassa yhteiskunnassa, eli se pyrkii osoittamaan, kuinka maineenhallinnan teoriat ovat laajemmin hyödynnettävissä myös kansainvälisen politiikan tutkimuksessa. Lisäksi on huomioitava,

että PR-toiminta vaikutuskeinona ei koske pelkästään yrityksiä, vaan se on myös muiden toimijoiden hyödynnettävissä.

Toisaalta tutkimus jättää myös varaa jatkotutkimukselle ja kehottaa kartoittamaan yrityksen vaikutuskeinoja PR-toiminnan seurausten näkökulmasta. Voidaankin kysyä, millä tavoin yrityksen retoriikan ja sen käytännön tason toiminnan väliset eroavaisuudet voivat vaikuttaa yleisön mielipiteisiin ja yrityksen harjoittaman retoriikan tehoon. Samalla yhteiskuntavastuullisen toiminnan määrittäminen ensisijaisesti retorisenä suostutteluna toiminnan kehittämisyhtymysten sijaan johtaa myös kysymykseen retoriikasta mainospuheena. Tutkimuksessani olen tuonut esille, että Monsanto PR-toiminta ei ole pelkkää retoriikkaa tai kulutuksen kasvattamiseen tähtäävää mainontaa sen vuoksi, että sillä on laajoja yhteiskunnallisia seurauksia ja poliittisia pyrkimyksiä. Tästä huolimatta – ja juuri sen vuoksi – tutkimustulokset kehottavat tarkastelemaan, millainen vaikutus tällä PR-toiminnan ja mainonnan markkinaorientoituneella yhdistelmällä on yhteiskunnassa laajemmin.

Lisäksi tapaustutkimus tuo esiin kaksi kansainvälisen järjestelmän toimijaosapuolta – yrityksen ylikansallisen toimijana ja Robinin dokumentin yksilöiden muodostaman yhteisön kannanottona – mutta jättää huomiotta valtiotoimijoiden harjoittaman retoriikan suhteessa yhteiskuntavastuukeskusteluun. Myös tämän, kansainvälisen järjestelmän kolmannen ja keskeisimmän osapuolen huomioiminen täydentäisi merkittäväällä tavalla toimijoiden välisten valtasuhteiden määrittelyä.

Tutkimukseni tarkoituksena on ollut osoittaa yritystoiminnan näkökulmasta, kuinka muiden toimijoiden käsityksiin vaikuttaminen on avain yhteiskunnan toiminnan muuttamiseen ja ohjaamiseen. Yritysten vaikutusvalta ei perustu pelkästään rakenteelliseen valtaan – tai kuten Vandana Shiva asian esittää, aseellisen voiman ylittävään elintarvikkeiden strategiseen hallintaan – vaan myös todellisuuden tuottamiseen ja yhteiskunnan toiminnan ohjaamiseen retorisen määrittelykamppailun kautta. Yhteiskuntavastuukeskustelua ei tule käsitellä pelkästään yritysten kaupallisten motiivien ja näihin intresseihin pohjautuvan sidosryhmien huomioimisen kautta, vaan yritysten yhteiskuntavastuulliseen toimintaan sisällytetyt käsitykset on nähtävä myös yhteiskunnallisena vallankäyttönä. Koska yritysten toiminta ei ole epäpoliittista, ei sitä sellaisena tule myöskään kuvata.

## 8. LÄHTEET

### PRIMÄÄRIINEISTO

#### Yrityksen julkaisut

Employee Guidebook: *Employee Guidebook: Monsanto Human Rights Policy*. Monsanto Company 2007.

2007 Pledge Report: *Growth for a Better World: 2007 Pledge Report*. Monsanto Company 2007.

CSR Report: *Grown for the Future: Monsanto Company 2008–2009 Corporate Responsibility and Sustainability Report*. Monsanto Company 2009.

#### Julkiset asiakirjat

*BIO Product Launch Stewardship Policy*, May 2007.

*Challenges for Agriculture, Environment, Farmers and Future Generations: A Perspective Offered by Monsanto Company*. May 2008.

*Code of Conduct Policy*.

*Conservation tillage Brochure*.

*Letter to Monsanto Business Partners*. April 2009.

*The Monsanto Human Rights Policy*. April 2006.

#### Elektroniset lähteet

“Agriculture in the Classroom”. <http://www.monsanto.com/responsibility/youth/aitc.asp>. Luettu 10.5.2010.

“Benefits of Our Products”. <http://www.monsanto.com/products/benefits/biotechnology.asp>. Luettu 10.5.2010.

“Biotech Basics”. <http://www.monsanto.com/products/science/biotechbasics.asp>. Luettu 10.5.2010.

“Biotech Cotton Improving Lives of Farmers, Villages in India”. [http://www.monsanto.com/responsibility/sustainable-ag/biotech\\_cotton\\_india.asp](http://www.monsanto.com/responsibility/sustainable-ag/biotech_cotton_india.asp). Luettu 27.4.2010.

“Biotech Seeds Reduce Pesticides, Cut Emissions Producing Big Environmental Benefits”. [http://www.monsanto.com/responsibility/sustainable-ag/reduce\\_pesticides.asp](http://www.monsanto.com/responsibility/sustainable-ag/reduce_pesticides.asp). Luettu 27.4.2010.

“Biotech Soybeans Spur No-Till Farming in U.S. and Environmental Benefits”. [http://www.monsanto.com/responsibility/sustainable-ag/notill\\_farming.asp](http://www.monsanto.com/responsibility/sustainable-ag/notill_farming.asp). Luettu 27.4.2010.

“Board of Directors' Charter and Corporate Governance Guidelines”.  
[http://www.monsanto.com/responsibility/corp\\_gov/charter.asp](http://www.monsanto.com/responsibility/corp_gov/charter.asp). Luettu 7.5.2010.

“Consumer Reports' Errors on Milk Labeling”.  
[http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/consumer\\_reports\\_milk\\_labeling.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/consumer_reports_milk_labeling.asp).  
Päivitetty 3.2.2009.

“Conversations about plant biotechnology: Growers”. <http://www.monsanto.com/biotech-gmo/asp/country.asp?cname=India>. Luettu 6.4.2010.

“Corporate Giving”. [http://www.monsanto.com/responsibility/corporate\\_giving.asp](http://www.monsanto.com/responsibility/corporate_giving.asp). Luettu 10.5.2010.

“Cotton in India”.  
[http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/india\\_pink\\_bollworm.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/india_pink_bollworm.asp). Päivitetty 5.5.2010.

“Does Monsanto Have Undue Influence on Governments?”.  
[http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/monsanto\\_government\\_influence.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/monsanto_government_influence.asp).  
Luettu 6.4.2010.

“Fact Sheet”. <http://www.monsanto.com/responsibility/sustainable-ag/factsheet.asp>. Luettu 27.4.2010.

“Farmer Suicides in India – Is There a Connection with Bt Cotton?”.  
[http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/india\\_farmer\\_suicides.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/india_farmer_suicides.asp). Päivätty 5.12.2008.

“Financial Highlights”. <http://www.monsanto.com/investors/Pages/financial-highlights.aspx>. Luettu 21.10.2010.

“Follow-up to Monsanto Farmer Lawsuits”.  
[http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/monsanto\\_farmer\\_lawsuits\\_followup.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/monsanto_farmer_lawsuits_followup.asp).  
Päivitetty 14.4.2010.

“Food Safety”. [http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/food\\_safety.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/food_safety.asp). Päivitetty 10.9.2009.

“For the Record”. [http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/). Luettu 6.4.2010.

“How Monsanto Prices Seeds”.  
[http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/seed\\_prices.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/seed_prices.asp). Päivitetty 16.7.2009.

“Improve Farmers' Lives”. [http://www.monsanto.com/responsibility/sustainable-ag/improve\\_farmers\\_lives.asp](http://www.monsanto.com/responsibility/sustainable-ag/improve_farmers_lives.asp). Luettu 27.4.2010.

“Innovation and the Competitive Seed Market”.  
[http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/innovation\\_and\\_the\\_competitive\\_seed\\_market.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/innovation_and_the_competitive_seed_market.asp). Päivitetty 26.1.2010.

“Key Activities”. [http://www.monsanto.com/responsibility/human\\_rights/key\\_activities.asp](http://www.monsanto.com/responsibility/human_rights/key_activities.asp). Luettu 5.5.2010.

“Milk Labeling – Is Monsanto Opposed to Truth in Labeling?”.

[http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/rbst\\_milk\\_labeling.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/rbst_milk_labeling.asp). Päivitetty 16.7.2009.

“Monsanto and Human Rights”.

[http://www.monsanto.com/pdf/responsibility/human\\_rights\\_policy\\_june\\_2009.pdf](http://www.monsanto.com/pdf/responsibility/human_rights_policy_june_2009.pdf). Luettu 6.5.2010.

”Monsanto Business Practice in Indonesia”.

[http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/monsanto\\_business\\_practice\\_indonesia.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/monsanto_business_practice_indonesia.asp). Päivitetty 14.7.2009.

“Monsanto's Biofuels Story – Food and Fuel: It's not an "either/or" equation”.

[http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/biofuels.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/biofuels.asp). Päivitetty 26.2.2009.

“Monsanto's Position on Seed Patent Infringement”.

[http://www.monsanto.com/seedpatentprotection/monsantos\\_position.asp](http://www.monsanto.com/seedpatentprotection/monsantos_position.asp). Luettu 10.5.2010.

“The New Vision for Agriculture”. [http://www.monsanto.com/responsibility/sustainable-ag/new\\_vision\\_for\\_ag.asp](http://www.monsanto.com/responsibility/sustainable-ag/new_vision_for_ag.asp). Luettu 27.4.2010.

”Our Pledge”. [http://www.monsanto.com/who\\_we\\_are/our\\_pledge/monsanto\\_pledge.asp](http://www.monsanto.com/who_we_are/our_pledge/monsanto_pledge.asp). Luettu 27.4.2010.

”Percy Schmeiser”. [http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/percy\\_schmeiser.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/percy_schmeiser.asp). Päivitetty 16.7.2009.

“Pilot Grove Co-op”.

[http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/monsanto\\_pilot\\_grove\\_settlement.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/monsanto_pilot_grove_settlement.asp). Päivitetty 16.7.2009.

“Pledge Award Winner: Introduction of Insect-Protected Biotech Cotton in Burkina Faso (Africa)”.

[http://www.monsanto.com/responsibility/our\\_pledge/pledge\\_intro\\_biotech\\_cotton\\_burkina.asp](http://www.monsanto.com/responsibility/our_pledge/pledge_intro_biotech_cotton_burkina.asp). Luettu 27.4.2010.

“Pledge Award Winner: Water Efficient Maize for Africa”.

[http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/2009/pledge\\_wema.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/2009/pledge_wema.asp). Päiväty 14.7.2009.

“Pledge Award Winners”.

[http://www.monsanto.com/who\\_we\\_are/our\\_pledge/pledge\\_award\\_winners.asp](http://www.monsanto.com/who_we_are/our_pledge/pledge_award_winners.asp). Luettu 27.4.2010.

“Political Disclosures”. [http://www.monsanto.com/responsibility/corp\\_gov/disclosures.asp](http://www.monsanto.com/responsibility/corp_gov/disclosures.asp). Luettu 7.5.2010.

“Produce More”. [http://www.monsanto.com/responsibility/sustainable-ag/produce\\_more.asp](http://www.monsanto.com/responsibility/sustainable-ag/produce_more.asp). Luettu 27.4.2010.

“Settling the Matter”. [http://www.monsanto.com/seedpatentprotection/saved\\_seed\\_settlements.asp](http://www.monsanto.com/seedpatentprotection/saved_seed_settlements.asp). Päiväty 11.11.2008.

“Should Crucial Technology be Patentable?”.

[http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/biotech\\_patents.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/biotech_patents.asp). Päivitetty 21.9.2009.

“Stewardship”. <http://www.monsanto.com/responsibility/stewardship.asp>. Luettu 7.5.2010.

“Sustainable Agriculture”. <http://www.monsanto.com/responsibility/sustainable-ag/default.asp>. Luettu 27.4.2010.

“Troy Roush”. [http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/troy\\_roush.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/troy_roush.asp). Luettu 6.4.2010.

“What are the Implications of the Quanta v. LG Supreme Court Ruling?”.  
[http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/lg\\_quanta\\_ruling.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/lg_quanta_ruling.asp). Luettu 6.4.2010.

“What’s the Problem with Labeling Genetically-Modified (GM/GMO) Foods?”.  
[http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/gmo\\_labeling.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/gmo_labeling.asp). Päivitetty 24.3.2009.

“Why Does Monsanto Patent Seeds?”.  
[http://www.monsanto.com/seedpatentprotection/monsanto\\_patent\\_seeds.asp](http://www.monsanto.com/seedpatentprotection/monsanto_patent_seeds.asp). Päivätty 11.11.2008.

“Why Does Monsanto Sue Farmers Who Save Seeds?”.  
[http://www.monsanto.com/monsanto\\_today/for\\_the\\_record/monsanto\\_saved\\_seed\\_lawsuits.asp](http://www.monsanto.com/monsanto_today/for_the_record/monsanto_saved_seed_lawsuits.asp).  
Päivitetty 14.4.2010.

“Youth and Education”. [http://www.monsanto.com/responsibility/youth\\_education.asp](http://www.monsanto.com/responsibility/youth_education.asp). Luettu 10.5.2010.

[www.monsanto.com](http://www.monsanto.com) (etusivu). Luettu 6.4.2010.

[www.monsantofund.org](http://www.monsantofund.org) (etusivu). Luettu 10.5.2010.

## TUTKIMUSKIRJALLISUUS

Aula, Pekka & Jouni Heinonen (2002), *Maine: Menestystekijä*. Helsinki: WSOY.

Banerjee, Subhabrata Bobby (2008), “Corporate Social Responsibility: The Good, the Bad and the Ugly”. *Critical Sociology*, 34 (1), 51–79.

Billig, Michael (1991), *Ideology and opinions. Studies in Rhetorical Psychology*. London: Sage.

Boulding, Kenneth (1973), *The Image*. Michigan: University of Michigan Press.

Burke, Kenneth (1969a), *A Grammar of Motives*. Berkeley: University of California Press.

Burke, Kenneth (1969b), *A Rhetoric of Motives*. Berkeley: University of California Press.

Burke, Kenneth (1989), *On symbols and society*. Chicago: University of Chicago Press.

Buzan, Barry (2004), *From International to World Society? English School Theory and the Social Structure of Globalization*. Cambridge: Cambridge University Press.

Chandler, Alfred D, Jr. & Bruce Mazlish (toim.) (2005), *Leviathans: Multinational Corporations and the New Global history*. Cambridge: Cambridge University Press.

Doremus, Paul N. & William W. Keller & Louis W. Pauly & Simon Reich (1998), *The Myth of the Global Corporation*. Princeton (N.J.): Princeton University Press.

Edkins, Jenny (1999), *Poststructuralism & International Relations: Bringing the Political Back In*. Boulder, Colorado: Lynne Rienner.

Fieldhouse, D. K. (1986), "The Multinational: A critique of a Concept". Teoksessa Teichova, Alice, Maurice Lévy-Leboyer & Helga Nussbaum (toim.), *Multinational Enterprise in Historical Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

Fombrun, Charles J. (1996), *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Boston (Mass.): Harvard Business School Press.

Goodwin, Neva (2003), personal communication with Brian Roach. Roach, Brian (2005), "A Primer on Multinational Corporations". Teoksessa Chandler, Alfred D, Jr. & Bruce Mazlish (toim.): *Leviathans: Multinational Corporations and the New Global history*, 19–44. Cambridge: Cambridge University Press.

Goodwin, Neva (2005), "The Social Impacts of Multinational Corporations: An Outline of the Issues With a Focus on Workers". Teoksessa Chandler, Alfred D, Jr. & Bruce Mazlish (toim.): *Leviathans: Multinational Corporations and the New Global history*, 135–165. Cambridge: Cambridge University Press.

Gregory, Anne (2001), "Public Relations and Management". Teoksessa Theaker, Alison, *The Public Relations Handbook*, 35–51. London: Routledge.

Guzzini, Stefano (1998), *Realism in International Relations and International Political Economy: The Continuing Story of a Death Foretold*. London: Routledge.

Haapanen, Pirkko (1996), "Roomalaisten korkein taito: Johdanto antiikin retoriikkaan". Teoksessa Palonen, Kari & Hilikka Summa (toim.): *Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat*, 23–

50. Tampere: Vastapaino.

Habermas, Jürgen (1994), *Järki ja kommunikaatio: tekstejä 1981–1989*. Valinnut ja suomentanut Jussi Kotkavirta. Helsinki: Gaudeamus.

Hart, Roderick P. & Suzanne Daughton (2005), *Modern Rhetorical Criticism*. Boston (Mass.): Pearson Allyn & Bacon.

Heath, Robert L. (1992), “The Wrangle in the Marketplace: A Rhetorical Perspective of Public Relations”. Teoksessa Toth, Elizabeth L. & Robert L. Heath (ed.), *Rhetorical and Critical Approaches to Public Relations*, 17–36. Hillsdale (N.J.): Lawrence Erlbaum Associates.

Jackson, Robert (2003), *The Global Covenant: Human Conduct in a World of States*. Oxford: Oxford University Press.

Karvonen, Erkki (1997), *Imagologia. Imagon teorioiden esittelyä, analyysiä, kritiikkiä*. Tampereen yliopisto, Acta Universitatis Tamperensis 544. Vammala: Vammalan kirjapaino Oy.

Kobrin, Steven J. (2001), “Sovereignty@Bay: Globalization, Multinational Enterprise, and the International Political System”. Teoksessa Rugman, Alan M. & Thomas L. Brewer (toim.), *The Oxford Handbook of International Business*, 181-205. Oxford: Oxford University Press.

Kobrin, Stephen J. (2005), “Multinational Corporations, the Protest Movement, and the Future of Global Governance”. Teoksessa Chandler, Alfred D, Jr. & Bruce Mazlish (toim.), *Leviathans: Multinational Corporations and the New Global history*, 219-235. Cambridge: Cambridge University Press.

Lamb, Larry F. & Kathy Brittain McKee (2005), *Applied Public Relations: Cases in Stakeholder Management*. Mahwah (N.J.): Lawrence Erlbaum Associates.

Lippmann, Walter (1965), *Public Opinion*. New York: Free Press.

Pietikäinen, Sari & Anne Mäntynen (2009), *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.

Risse-Kappen, Thomas (1995a), “Bringing Transnational Relations Back In: Introduction”. Teoksessa Risse-Kappen, Thomas (toim.), *Bringing Transnational Relations Back In: Non-state Actors, Domestic Structures and International Institutions*, 3-33. Cambridge: Cambridge University Press.



Risse-Kappen, Thomas (1995b), "Structures of Governance and Transnational Relations: What Have We Learned?". Teoksessa Risse-Kappen, Thomas (toim.), *Bringing Transnational Relations Back In: Non-state Actors, Domestic Structures and International Institutions*, 280–313. Cambridge: Cambridge University Press.

Roach, Brian (2005), "A Primer on Multinational Corporations". Teoksessa Chandler, Alfred D, Jr. & Bruce Mazlish (toim.): *Leviathans: Multinational Corporations and the New Global history*, 19–44. Cambridge: Cambridge University Press.

Sakaranaho, Tuula (2001), "Uskontotieteen kohtauspaikka. Retorisen tutkimuksen tavat ja mahdollisuudet". Teoksessa Sakaranaho, Tuula (toim.), *Retorinen tutkimus uskontotieteessä*. Helsinki: Helsingin yliopisto, uskontotieteen laitos.

Somerville, Ian (2001), "Business Ethics, Public Relations and Corporate Social Responsibility". Teoksessa Theaker, Alison, *The Public Relations Handbook*, 107–118. London: Routledge.

Stopford, John M. & Susan Strange (1995), *Rival States, Rival Firms: Competition for World Market Shares*. Cambridge: Cambridge University Press.

Strange, Susan (1999), *States and Markets*. London: Pinter.

Sulkunen, Pekka (1997), "Todellisuuden ymmärrettävyys ja diskurssianalyysin rajat". Teoksessa Sulkunen, Pekka & Jukka Törrönen (toim.), *Semioottisen sosiologian näkökulmia: sosiaalisen todellisuuden rakentuminen ja ymmärrettävyys*, 13–53. Helsinki: Gaudeamus.

Sulkunen, Pekka & Jukka Törrönen (1997), "Enonsiaation rakenteet". Teoksessa Sulkunen, Pekka & Jukka Törrönen (toim.), *Semioottisen sosiologian näkökulmia: sosiaalisen todellisuuden rakentuminen ja ymmärrettävyys*, 96–126. Helsinki: Gaudeamus.

Summa, Hilikka (1996), "Kolme näkökulmaa uuteen retoriikkaan. Burke, Perelman, Toulmin ja retoriikan kunnianpalautus". Teoksessa Palonen, Kari & Hilikka Summa (toim.): *Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat*, 51–83. Tampere: Vastapaino.

Theaker, Alison (2001), *The Public Relations Handbook*. London: Routledge.

Tikkanen, Henriikki, Jaakko Aspara & Petri Parvinen (2007), *Strategisen markkinoinnin perusteet*. Helsinki: Talentum.

Toth, Elizabeth L. (1992), "The Case for Pluralistic Studies of Public Relations: Rhetorical, Critical, and Systems Perspectives". Teoksessa Toth, Elizabeth L. & Robert L. Heath (toim.), *Rhetorical and Critical Approaches to Public Relations*, 3–15. Hillsdale (N.J.): Lawrence Erlbaum Associates.

Toth, Elizabeth L. & Robert L. Heath (toim.) (1992), *Rhetorical and Critical Approaches to Public Relations*. Hillsdale (N.J.): Lawrence Erlbaum Associates.

Törrönen, Jukka (1997), "Intohimoinen teksti – pysäytetty kertomus suostuttelun makrorakenteena". Teoksessa Sulkunen, Pekka & Jukka Törrönen (toim.), *Semioottisen sosiologian näkökulmia: sosiaalisen todellisuuden rakentuminen ja ymmärrettävyys*, 221–262. Helsinki: Gaudeamus.

Watson, Matthew (2005), *Foundations of International Political Economy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Wendt, Alexander (1987), "The Agent-Structure Problem in International Relations Theory". *International Organization*, 41:3, 335–370.

Wendt, Alexander (1999), *Social Theory of International Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Wilcox, Dennis & Phil Ault & Warren Agee & Cameron Glen (2000), *Public Relations: Strategies and Tactics*. New York: Longman.

Wood, Emma (2001), "Corporate Communication". Teoksessa Theaker, Alison, *The Public Relations Handbook*, 65–73. London: Routledge.

Zehfuss, Maja (2002), *Constructivism in International Relations: The Politics of Reality*. Cambridge: Cambridge University Press.

## **MUU MATERIAALI**

CBS News 14.12.2009, "AP: Monsanto Strong-Arms Seed Industry. Company Using Technology, Aggressive Legal Strategy to Dominate Agricultural Landscape, Investigation Shows". Artikkelin Saataavilla <http://www.cbsnews.com/stories/2009/12/14/business/main5978152.shtml> ja [http://www.cbsnews.com/stories/2009/12/14/business/main5978152\\_page2.shtml](http://www.cbsnews.com/stories/2009/12/14/business/main5978152_page2.shtml).

New York Times 6.10.2010, "Monsanto's Income Fell by Nearly Half for Year". Artikkelin: Andrew

Pollack. Saatavilla

[http://www.nytimes.com/2010/10/07/business/07monsanto.html?\\_r=1&ref=monsanto\\_company](http://www.nytimes.com/2010/10/07/business/07monsanto.html?_r=1&ref=monsanto_company).

Robin, Marie Monique (2008), *The World According to Monsanto/Le Monde selon Monsanto*.  
Dokumenttielokuva.