

Organisaatioiden diskursiivinen legitimaatio kiistelevässä verkkojulkisuudessa

Merja Porttikivi

Organisaatioiden diskursiivinen
legitimaatio kiistelevässä
verkkójulkisuudessa

Merja Porttikivi

Väitöskirjan pääohjaaja

Professori Johanna Moisander, Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu, Suomi

Väitöskirjan muu ohjaaja

Tohtori Heidi Hirsto, Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu, Suomi

Vastaväittäjä

Dosentti Marjo Siltaoja, Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu, Suomi

Aalto University publication series

DOCTORAL DISSERTATIONS 44/2016

© Merja Porttikivi

ISBN 978-952-60-6695-0 (painettu)

ISBN 978-952-60-6696-7 (pdf)

ISSN-L 1799-4934

ISSN 1799-4934 (painettu)

ISSN 1799-4942 (pdf)

<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-60-6696-7>

Unigrafia Oy
Helsinki 2016

Author

Merja Porttikivi

Name of the doctoral dissertation

Discursive legitimation of organizations in agonist online public sphere

Publisher School of Business**Unit** Department of Management**Series** Aalto University publication series DOCTORAL DISSERTATIONS 44/2016**Field of research** Organizational communication**Date of the defence** 1 April 2016 **Monograph** **Article dissertation** **Essay dissertation****Abstract**

The focus of this thesis is the discursive legitimation of organizations in agonist online public sphere. Theoretically, it draws upon the institutional theory of organizational legitimacy, theories of the public sphere, and the discourse theory of Laclau and Mouffe.

The purpose of the study is to bring about new understandings about the construction of organizational legitimacy in the mediated public sphere. The main research problem of this study is: How does the agonist online public sphere function as a discursive arena where the legitimacy of organizations is constructed? The main problem is divided into four different research questions, through which discursive struggle as an antecedent of legitimacy is investigated. The empirical material for the study comprises discourses in three different online materials, i.e. news commenting forums, discussion forums, and Wikipedia. The materials are analyzed with discourse-theoretical and narrative methods.

The results of the study show how agonist online public sphere, by allowing fragmented and affective expression, offers a pluralist arena for participation and brings out multivocal discursive struggle where the dominant views on organizations and their roles in society are reproduced, challenged and recreated.

The study broadens the understanding of online public sphere as an arena of moral (de)legitimation and legitimacy struggles, as well as of the role of the public as a source of legitimacy. Theoretically, the study contributes to a better understanding of the discursive legitimation of organizations especially by extending the investigation of mediated legitimation to social media, and by bringing forward the concept of agonist online public sphere as a model that helps to articulate the social and political significance of contentious practices of legitimation.

Keywords legitimation, online public sphere, agonism, discourse theory, discursive struggle**ISBN (printed)** 978-952-60-6695-0**ISBN (pdf)** 978-952-60-6696-7**ISSN-L** 1799-4934**ISSN (printed)** 1799-4934**ISSN (pdf)** 1799-4942**Location of publisher** Helsinki**Location of printing** Helsinki**Year** 2016**Pages** 190**urn** <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-60-6696-7>

Tekijä

Merja Porttikivi

Väitöskirjan nimi

Organisaatioiden diskursiivinen legitimaatio kiistelevässä verkkojulkisuudessa

Julkaisija Kauppakorkeakoulu**Yksikkö** Johtamisen laitos**Sarja** Aalto University publication series DOCTORAL DISSERTATIONS 44/2016**Tutkimusala** Organisaatioviestintä**Väitöspäivä** 01.04.2016 **Monografia** **Artikkeliväitöskirja** **Esseeväitöskirja****Tiivistelmä**

Organisaatiot ja niiden legitimizeetti rakentuvat diskursseissa, joissa neuvotellaan siitä, millainen yhteiskunnallinen toiminta on hyväksyttävää tai oikeutettua, ja tuodaan näkyville, millaisiin käsityksiin, arvoihin ja uskomuksiin arviointi perustuu.

Tutkimuksessani tarkastelen organisaatioiden diskursiivista legitimaatiota kiistelevässä verkkojulkisuudessa. Teoreettinen viitekehys pohjautuu organisaatiotutkimuksen institutionaalisen teorian legitimizeettitutkimukseen, viestinnän julkisuusteoriaan sekä laclau-mouffelaaiseen diskurssiteoriaan.

Tutkimukseni päämääränä on tuottaa uusia ymmärryksiä organisaatioiden legitimizeetin rakentumisesta mediavälitteisessä julkisessa tilassa. Pää tutkimusongelma on selvittää, miten kiistelevä verkkojulkisuus toimii osana diskursiivista tilaa, jossa organisaatioiden legitimizeetti rakentuu. Empiirinen tarkastelukonteksti on erilaisten verkkokeskustelujen muodostama julkinen tila ja siellä rakentuvat ehdot, joiden puitteissa legitimizeettiä rakennetaan.

Väitöskirjan neljä esseettä tuottavat näkökulmia diskursiiviseen merkityskamppailuun legitimizeetin edellytyksenä ja mahdollistajana. Empiirinen materiaali koostuu kolmesta erilaisesta verkkoaineistosta, jotka on kerätty sanomalehtien verkkosivustoilta, yksityisen keskustelufoorumin sivuilta ja Wikipediasta. Aineistoa tulkitaan diskurssiteoreettisen ja narratiivisen analyysin avulla.

Tutkimuksen tulokset osoittavat, kuinka kiistelevä verkkojulkisuus, sallimalla hajanaisen ja affektiivisen ilmaisun, tarjoaa moniarvoisen osallistumisen areenan ja tuo näkyville moniäänisen diskursiivisen merkityskamppailun, jossa toistetaan, haastetaan ja muokataan uudelleen vallitsevia käsityksiä organisaatioista ja niiden roolista yhteiskunnassa. Tutkimus laajentaa ymmärrystä verkkojulkisuudesta moraalisen (de)legitimizeation ja legitimizeatiokamppailun tilana sekä suuresta yleisöstä legitimizeetin lähteenä. Teoreettisesti työ täydentää organisaatioiden diskursiivisen legitimizeation tutkimusta erityisesti laajentamalla mediavälitteisen legitimizeation tarkastelua sosiaaliseen mediaan sekä tuomalla mukaan kiistelevän verkkojulkisuuden mallin, jonka avulla voidaan tarkastella kiistelevien legitimizeatiokäytäntöjen poliittista merkitystä uudesta näkökulmasta.

Avainsanat legitimaatio, verkkojulkisuus, agonismi, diskurssiteoria, merkityskamppailu**ISBN (painettu)** 978-952-60-6695-0**ISBN (pdf)** 978-952-60-6696-7**ISSN-L** 1799-4934**ISSN (painettu)** 1799-4934**ISSN (pdf)** 1799-4942**Julkaisupaikka** Helsinki**Painopaikka** Helsinki**Vuosi** 2016**Sivumäärä** 190**urn** <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-60-6696-7>

Kiitokset

Tie tuoreesta jatko-opiskelijasta väitökseen valmistautuvaksi tohtorikokelaaksi on pitkä, kivinen ja monipolvinen. Yksin ja ilman vanhempien ja nuorempien kollegojen tukea siitä olisi mahdotonta selvitä.

Väitöskirjatyössä tärkeimmät tukijat ovat työn ohjaajat. Onneksi sain jo tutkimustyöni alkuvaiheessa ohjaajakseni professori Johanna Moisanderin, jonka neuvot ja kannustus ovat olleet korvaamattomia. Kiitos Johanna, ilman sinun eteenpäin potkimistasi väitöskirjani olisi jäänyt valmistumatta.

Toisena ohjaajanani toimi tohtori Heidi Hirsto. Hänen kanssaan yhteistyömme alkoi jo yhteisen tutkimuspaperin kirjoittamisella, ja neuvonpito on jatkunut vuosien ajan maantieteellisestä etäisyydestä huolimatta. Heidi, onneksi sain sinut ihan virallisestikin ohjaajakseni työni viimeistelyvaiheessa, ja apusi etenkin tutkimuskysymysten sekä osatutkimustulosten kirkastamisessa olivat sellaisia joita ilman punaista lankaa ei olisi löytynyt.

Kiitos dosentti Marjo Siltaojalle ja dosentti Janne Matikaiselle työni esitarkastamisesta, sekä aiheellisista ja terävistä kommenteista ja korjausehdotuksista. Ilman teidän panostanne työni viimeistely olisi ollut hankalampaa ja lopputulos olisi jäänyt puutteelliseksi.

Ohjaajien ja tarkastajien lisäksi suurta apua ja iloa tutkimuksen parissa puurtamiseen ovat tuoneet kaikki entiset ja nykyiset jatko-opiskelijakollegat Aalto-yliopistossa, erityisesti Annamari Huovinen, Maarit Laihonen, Ella Lillqvist, Anu Harju, Kirsti Iivonen ja Visa Penttilä – kiitos kun olette kommentoineet tutkimuspapereitani ja väitöskirjaluonnostani sen eri vaiheissa. Kiitos myös muille kollegoille Aallossa ja muissa yliopistoissa monista kiinnostavista tutkimusseminaareista ja -keskusteluista. Erityiskiitokset Salla-Maaria Laaksoselle, jonka kanssa yhteiskirjoittaminen ja konferenssimatkailu on ollut mutkatonta ja hauskaa! Lisäksi kiitän kaikkia Hurjia naisia, ja aivan erityisesti Saija Katilaa, joka antoi aikaansa ja ajatuksiaan tutkimuspaperini kommentointiin.

Kiitos kuuluu myös entiselle ja nykyiselle työyhteisölle TOKOssa ja Organisaatioviestinnän yksikössä. Yhteiset lounas- ja kahvipöytäkeskustelut sekä illanvietot kanssanne vuosien varrella ovat auttaneet katsomaan sekä tutkimus- että opetustyötä aina uudesta perspektiivistä.

Taloudellisesta tuesta kiitän paitsi Kauppakorkeakoulua palkanmaksajana ja työtilan ja -laitteiden tarjoajana, myös Helsingin kauppakorkeakoulun tukisäätiötä sekä Liikesivistysrahastoa matka-apurahoista. Väitöskirjani

viimeistelyn mahdollisti Jenny ja Antti Wihurin säätiön sekä vielä kerran tukisäätiön työskentelyapuraha.

Kiitän myös ystäviä ja sukulaisia sopivasta kannustuksesta. Erityinen kiitos siitä, että olette malttaneet liian usein olla esittämättä sitä kaikkein vaikeinta kysymystä ”milloin se väitöskirjasi oikein on valmis?”. Tässä on teille vastaus!

Lopuksi kiitos Oskarille, joka on näinä vuosina kasvanut hienoksi pojaksi äidin kiireistä huolimatta! Ja kiitos myös Anssille vanhemmuuden jakamisesta.

Helsingissä ja Espoossa helmikuussa 2016
Merja Porttikivi

Sisältö

Kiitokset.....	1
Luettelo väitöskirjan esseistä	5
1. Johdanto.....	7
1.1 Tavoitteet	9
1.2 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset	10
1.3 Väitöskirjan rakenne.....	11
2. Aiempi tutkimus	13
2.1 Legitimiteetti ja legitimaatio.....	13
2.1.1 Legitimaation käsite osana institutionaalista teoriaa.....	14
2.1.2 Legitimiteetin moraalinen arviointi.....	17
2.1.3 Legitimaation kohteet ja lähteet	19
2.1.4 Legitimointistrategiat.....	22
2.1.5 Diskursiivinen legitimaatio	23
2.2 Julkisuusteoria.....	25
2.2.1 Habermasin perinne ja sen kritiikki	25
2.2.2 Agonistinen pluralistinen julkisuus	27
2.2.3 Postmoderni verkkojulkisuus.....	28
2.2.4 Verkkokeskustelut ja sosiaalinen media	29
3. Diskurssiteoreettinen tutkimusote.....	33
3.1 Sosiaalinen konstruktionismi ja jälkistrukturalistinen tutkimusote 34	
3.2 Laclau ja Mouffin diskurssiteoria	37
3.2.1 Hegemonia ja merkityskamppailu	38
3.2.2 Subjektit, subjektipositiot, identiteetit, toiminnan ehdot... 39	
3.2.3 Diskurssiteoreettinen analyysi.....	40
3.3 Yhteenveto: tämän tutkimuksen viitekehys	42
4. Tutkimusmenetelmät ja -aineistot.....	43
4.1 Materiaalit.....	44
4.2 Tutkitun aineiston analyysi	45

4.3	Tutkimuksen sekä materiaalien ja analyysin arviointi ja rajoitukset	46
4.3.1	Tutkimusaineiston arviointi	46
4.3.2	Analyysin arviointi	48
4.3.3	Tutkimuksen luotettavuus	49
5.	Esseiden kuvaukset	51
5.1	Online news commentaries as sites of secondary stakeholder politics: politicizing the corporation through discursive struggle	51
5.2	Inequality and executive compensation - Discursive struggle in online public sphere	54
5.3	Wikipedia as an arena of agonistic organizational discourse	56
5.4	Constructing local heroes – collaborative narratives of Finnish corporations in Wikipedia.....	57
6.	Johtopäätökset ja keskustelu	61
6.1	Verkkokeskusteluun osallistuva suuri yleisö legitimizeetin lähtenä	63
6.2	Legitimaation subjektiosiot	64
6.3	Legitimaation kohteet/subjektit.....	65
6.4	Legitimizeetin kerronnallinen rakentuminen	66
6.5	Keskustelu	67
6.5.1	Tutkimuksen käytännölliset ja yhteiskunnalliset johtopäätökset	70
6.5.2	Jatkotutkimusaiheita	72
	Lähteet.....	75
	Liitteet	83
	Essee 1	85
	Essee 2.....	109
	Essee 3.....	141
	Essee 4.....	159

Luettelo väitöskirjan esseistä

- 1.** Online news forums as sites of secondary stakeholder politics: politicizing the corporation through discursive struggle (Hirsto, Heidi, Moisander, Johanna & Porttikivi, Merja) – esitetty EGOS-konferenssissa vuonna 2012
- 2.** Inequality and executive compensation - Discursive struggle in online public sphere (Porttikivi, Merja) – julkaisematon käsikirjoitus (aiempia versioita esitelyt EGOS- ja CMS - konferensseissa vuonna 2010)
- 3.** Wikipedia as an arena of agonistic organizational discourse (Porttikivi, Merja & Laaksonen, Salla-Maaria) – julkaisematon käsikirjoitus (aiempi versio julkaistu Corporate Communications International (CCI) - proceedings julkaisussa vuonna 2013)
- 4.** Laaksonen, S. M., & Porttikivi, M. (2014). Constructing local heroes — collaborative narratives of Finnish corporations in Wikipedia. Teoksessa Teoksessa *Global Wikipedia: International and cross-cultural issues in online collaboration*. Toim. Fichma, P. & Hara, N. Rowman & Littlefield, United States, Lanham, 119-133.

1. Johdanto

Organisaatiot toimivat osana yhteiskuntaa, ja niiden käytäntöjä ja prosesseja määrittävät ajan myötä muodostuneet, institutionaaliset käsitykset organisaatioiden toiminnasta, niissä tehtävästä työstä ja niiden paikasta yhteiskunnassa. Jotta organisaatiot pystyvät ylläpitämään legitimizeettia, olemassaolonsa oikeutusta, niiden menettelytapojen ja käytäntöjen tulee vastata laajemmin yhteiskunnassa kulloinkin vallitsevia arvoja, normeja ja uskomuksia. (Meyer & Rowan 1977.)

Näitä yhteiskunnassa vallitsevia arvoja, normeja ja uskomuksia rakennetaan mediavälitteisesti, ja nyky-yhteiskunnassa kansalaiset ja kuluttajat eivät enää suostu passiivisina hyväksymään niitä päätöksiä ja valintoja joita muut heidän puolestaan tekevät, ja siten lisääntyneelle osanotolle on laaja kysyntä (ks esim. Matikainen & Villi 2015, Dahlberg 2001b). Myös yritykset ja niiden toiminta ovat jatkuvan julkisen arvioinnin ja kritiikin alaisena, perinteisessä mediassa ja nykyisin entistä enemmän verkossa. Sosiaalinen tai osallistuva media erityisesti on muodostunut areenaksi, joka tarjoaa kansalaisille vaivattoman ja välittömän tavan ottaa kantaa esim. yritysten väärinkäyttöksiin (Martin & Kracher 2008, Champoux ym. 2012, Popa & Salanta 2014), ja siten osallistua organisaatioiden (de)legitimointiin.

Tässä väitöskirjassa tarkastelen organisaatioiden diskursiivista legitimaatiota (Suddaby & Greenwood 2005, Siltaoja & Vehkaperä 2010, Siltaoja & Onkila 2013, Vaara & Tienari 2008) kiistelevässä verkkojulkisuudessa. Teoreettinen viitekehys pohjautuu organisaatiotutkimuksen institutionaalisen teorian legitimizeetti-tutkimukseen (Suchman 1995, Deephouse & Suchmann 2008), viestinnän julkisuusteoriaan (Habermas 1991, Dahlberg 2001, Poor 2010) sekä laclau-mouffelaiseen diskurssiteoriaan (Laclau & Mouffe 1985/2001). Tutkijana olen kiinnostunut erityisesti siitä miten organisaatioiden diskursiivinen legitimizeetti rakentuu. Ymmärrän legitimaation jatkuvana prosessina (vrt. Berger & Luckmann 1966), jonka avulla eri osallistujat pyrkivät tekemään tietystä toiminnasta ymmärrettävää ja perusteltua, ja jossa näitä merkityksiä kulttuurisesti jaetaan. Tutkimukseni tavoitteena ei ole tarkastella tutkittavien ilmiöiden tai käytäntöjen oikeutusta sinänsä, vaan diskurssissa esille tulevaa sosiaalista vuorovaikutusta, jonka avulla organisaatiot ja organisatoriset käytännöt tulevat oikeutetuksi. Yksittäisten tutkimusten empiiristen aineistojen avulla pyrin valottamaan kuinka erityisesti organisaatioiden rajoilla ja ulkopuolella, julkisessa verkossa, yrityksistä ja niiden toiminnasta kiistellään.

Tutkimus tarkastelee yrityksistä ja niiden toiminnan oikeutuksesta verkossa käytävää julkista keskustelua osana laajempaa yhteiskunnallista keskustelua. Tutkimukseni osoittaa kuinka verkkojulkisuus on tuonut uudenlaisia osallistumisen ja vuorovaikutuksen mahdollisuuksia, kuinka suuri yleisö voi käyttää verkon erilaisia foorumeita yritysten toiminnan arviointiin ja voi näin ottaa merkittävän roolin tarttumalla asioihin jotka ovat vasta ”ilmassa” tai johon media ja/ tai päättäjät muuten ovat haluttomia tarttumaan.

Aiemmassa julkisuuden tutkimuksessa (Habermas 2006, Carpentier & Cammaerts 2006) verkon merkitys osallistumisen areenana ja erityisesti verkon ja sosiaalisen median mahdollisuutta joko keskustelevan demokratian, deliberaation, tai avoimen kiistelun, agonismin, edistäjänä on usein kiistetty tai kyseenalaistettu. Habermas on peräänkuuluttanut deliberatiivista, aitoa ja vuorovaikutteista julkisuutta, välitysjärjestelmää joka tarjoaa areenan sekä muodollisesti järjestäytyneelle että epämuodolliselle kasvokkain tapahtuvat harkinnalle läpi koko poliittisen järjestelmän (Habermas 2006, 415). Habermasin mukaan verkkojulkisuus ei kuitenkaan toimi tällaisena areenana, sillä vaikka verkko voi horjuttaa autoritäärisen hallintojärjestelmän sensuuria, liberaaleissa olosuhteissa se vain lisää näkemysten ja mielipiteiden pirstoutumista yksittäisiksi kysymyksiksi sen sijaan että niiden avulla kiteytyisi todellisia keskeisiä kysymyksiä laatulehdistön käsittelyyn (Habermas 2006, 423). Myös Chantal Mouffe on vuonna 2006 epäillyt verkon ja sosiaalisen median toimivuutta agonismin edistäjänä. (Carpentier & Cammaerts 2006). Hänen mukaansa verkko tarjoaa areenan saman mielisyydelle, sen sijaan että altistuttaisi monipuolisesti uusille näkemyksille ja kiisteltäisi niistä. (Carpentier & Cammaerts 2006, 968.)

Tässä tutkimuksessa pyrin kuitenkin osoittamaan verkon merkitystä osallistuvan julkisuuden areenana. Taustalla on ajatus siitä, että jo vain seuraamalla verkossa käytävää kansalaiskeskustelua, altistuu esille nouseville moninaisille, vastakkaisille ja keskenään yhteen sopimattomille argumenteille, ja näin kansalaiset saavat paitsi tietoa ja mahdollisuuden ilmaista omat näkemyksensä myös mahdollisuuden kehittää omia argumenttejaan. Ja kun tätä ajatusta laajentaa kollektiivista toimintaa kohti, huomataan että yksittäiset teemat, aiheet tai ilmiöt voivat tulla julkisiksi kysymyksiksi vasta kun julkinen yleisö kiinnostuu niistä (Marres 2005). Erityisesti silloin kun kyseessä on alisteiset tai vähemmän tärkeinä pidetyt yhteiskuntaryhmät ja niiden emansipaatio, verkon roolin on todettu olevan huomattavan tärkeä (Poell 2009). Verkko, ja yhteiskunnallinen keskustelu sen eri foorumeilla muodostaa siis areenan jossa luodaan kollektiivisia käsityksiä.

Tutkiessani näitä verkossa rakentuvia käsityksiä yhteiskunnallisista ilmiöistä nojaudun agonistiseen julkisuuskäsitykseen (Laclau & Mouffe 1985, Brady 2004, Dahlberg 2007, Lunt & Livingstone 2013) ja tarkastelen käytyä keskustelua diskursiivisena merkityskamppailuna (Laclau & Mouffe 1985, Jorgensen & Phillips 2002, Mumby 2005, Laine & Vaara 2007, Dameron & Torset 2014). Julkista keskustelua en tarkastele tai arvioi konsensusukseen pyrkivänä vaan jatkuvasti käynnissä olevana kamppailuna, jossa eri äänet nousevat esille yhdessä ja erikseen, ja tällöin syntyvissä diskursseissa rakentuu

subjektipositioita eli toimija-asemia ja niiden mahdollisuusehtoja (Laclau & Mouffe 1985, Jorgensen & Phillips 2002).

Tutkimus on laadullinen ja tieteenfilosofisesti asemoituu konstruktionistiseen paradigmaan. Konstruktionistisessa paradigmassa tutkimuskohteesta kerätyn aineiston (myöhemmin tekstin) ei katsota sisältävän jonkun todellisen ja helposti eroteltavan, löydettävän ja paljastettavan todellinen merkityksen (Phillips & Hardy 2002, 2-18, Potter 1996). Tekstit ovat pikemminkin paikka, jossa kulttuuriset merkitykset ovat saatavilla (Hall 1996, Prior 2002, Moisander & Valtonen 2006). Merkitysten katsotaan olevan jatkuvasti neuvoteltavissa vuorovaikutuksessa, ja riippuvaista tulkitsijoiden kulttuurisesta esiymmärryksestä, ja siten avoimia useille eri tulkintatavoille. Merkitykset eivät myöskään ole pysyviä tai kausaalisia selityksiä ihmisten käyttäytymiselle, vaan ajankohtaan kiinnittyviä ja luonteeltaan kehittyviä (emt.). Tutkimukseni tavoitteena ei siis ole löytää tai tuottaa faktanomaisia lausumia. Tarkoitus on tuottaa erilainen, kattava ja kontekstualisoitu tulkinta siitä miten diskursseja käytetään arkipäivän käytännöissä ja miten diskurssiiviset käytännöt heijastuvat eri toimijoihin.

1.1 Tavoitteet

Organisaatiot ja niiden legitimeetti rakentuvat diskursseissa, joiden avulla tuodaan näkyville erilaisia käsityksiä, arvoja ja uskomuksia siitä millainen yhteiskunnallinen toiminta on hyväksyttävää tai oikeutettua. Tutkimukseni päämääränä on tuottaa uusia ymmärryksiä organisaatioiden legitimeetin rakentumisesta mediavälitteisessä julkisessa tilassa. Legitimaatioteorian mukaan organisaatiot pyrkivät oikeuttamaan olemassaoloaan sopeutumalla yhteiskunnassa kullakin hetkellä oleviin arvoihin. Kulloinkin näkyvillä olevat arvot asettuvat julkisen arvioinnin ja keskustelun alaisiksi verkkojulkisuudessa, ja tulevat "todeksi" ja näkyville diskursseiden muodossa. Tutkimus osallistuu keskusteluun organisaatioiden diskurssiivisesta oikeutuksesta korostamalla suuren yleisön merkitystä ja verkon luonnetta tilana, joka mahdollistaa moniäänisen kiistelyn yritysten roolista yhteiskunnasta.

Tarkemmin työn tavoitteena on laajentaa ymmärrystä verkkojulkisuudesta moraalisen (de)legitimaation ja legitimaatiokamppailun tilana sekä suuresta yleisöstä legitimeetin lähteenä. Teoreettisesti työ täydentää organisaatioiden diskurssiivisen legitimaation tutkimusta erityisesti laajentamalla mediavälitteisen legitimaation tarkastelua sosiaaliseen mediaan sekä tuomalla mukaan viestintäteoreettisen ymmärryksen kiistelevästä verkkojulkisuudesta.

Voidakseni kiinnittää huomiota niihin tapoihin joilla instituutioista neuvotellaan, tulkitaan ja toteutetaan silloin kun yksilöt ovat vuorovaikutuksessa (vrt. Cornelissen ym. 2015), empiirisesti tarkastelen suomalaisista yrityksistä ja niiden toiminnasta käytävää keskustelua kiistelevässä verkkojulkisuudessa, verkon eri foorumeilla.

1.2 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset

Työni päätutkimusongelma on, miten kiistelevä verkkojulkisuus toimii osana diskursiivista tilaa jossa organisaatioiden legitimizeetti rakentuu? Empiirinen tarkastelukonteksti on erilaisten verkkokeskustelujen muodostama julkinen tila, ja siellä rakentuvat ehdot joiden puitteissa legitimizeettiä rakennetaan.

Lähestyn tutkimusongelmaa Deephousen ja Suchmanin (2008) jaottelun avulla. Deephouse ja Suchman esittävät että legitimaation tutkimuksessa tulisi kiinnittää enemmän huomiota siihen mitä ja ketkä ovat legitimaation subjekteja ja lähteitä. Tämä näkökulma on heistä tärkeä, koska legitimizeetti rakentuu monimutkaisissa sosiaalisissa verkostoissa, joissa organisaatiot pyrkivät hankkimaan kannatusta (*endorsement*) toiminnalleen. Mutta, tätä oikeutuksen hankkimista tapahtuu myös subjekteista riippumatta, ulkopuolisten liikkeiden, verkostojen tai yksilöiden toimesta, ja se voi tapahtua myös vastalauseiden tai -iskujen muodossa. (Deephouse & Suchman 2008, 68)

Tässä tutkimuksessa tarkastelen verkkojulkisuutta moraalisen legitimaation ja diskursiivisen legitimaatiokamppailun paikkana. Tutkin kuinka suuri yleisö (legitimeetin lähteenä) esittää arviointia (moraalinen legitimizeetti) diskursiivisen kamppailun avulla tietyistä organisaatioista tai organisaation toiminnasta tai organisatorisista toimista (legitimeetin subjektit/kohteet) verkkojulkisuudessa. Toisin sanoen, tarkastelen legitimaatiota prosessina, johon suuri yleisö (legitimeetin lähteenä) verkossa osallistuu ja esittää arvioita (moraalinen legitimizeetti) ja jonka kohteena ovat organisaatiot ja/tai erilaiset organisatoriset käytännöt. Julkisuusteoria tarjoaa käsitteitä suuren yleisön ja verkko-osallistumisen tarkasteluun ja keskustelussa rakentuvat diskursiivisten subjektipositiot taas tuovat tärkeän näkökulman siihen millaisista asemista käsin legitimizeettiä arvioidaan.

Tutkimusongelma on jaettu neljäksi eri tutkimuskysymykseksi ja väitöskirjan neljä esseettä tuottavat näkökulmia näihin legitimizeetin ulottuvuuksiin, joiden avulla tarkastellaan diskursiivista merkityskamppailua legitimizeetin edellytyksenä ja mahdollistajana.

Esseet tuottavat tietoa tietoa seuraaviin kysymyksiin:

1. Verkkokeskusteluun osallistuva suuri yleisö legitimizeerataan lähteenä: Miten suuri yleisö toimii legitimaation rakentajana verkon uutiskeskusteluissa? Millaisten diskursiivisten prosessien (ja retoristen taktiikoiden) avulla yleisö osallistuu yritysten toiminnan legitimointiin?
2. Legitimaation subjektipositiot: Millaisista subjektipositioista käsin verkkokeskustelun diskursseissa tehdään moraalisia arvioiteja toiminnan legitimiudesta?
3. Legitimaation kohteet/subjektit: Minkä hyväksyttävyyttä arvioidaan, kun yritystoimintaa legitimoidaan? Miten legitimaation kohteita ja ulottuvuuksia jäsennetään joukkoistetun tiedontuotannon areenalla Wikipediassa?
4. Legitimizeeratin kerronnallinen rakentuminen: Miten organisaatioita arvioidaan tietyssä kulttuurisessa ja teknologisessa ympäristössä (Wikipedia) ajan kuluessa?

Vastaan tutkimuskysymyksiin tarkastelemalla (pääosin) laclau-mouffelaisen diskurssianalyysin (sekä barthesilaisen narratiivisen analyysin) keinoin kuinka eri verkkokeskusteluareenoilla (kuten uutiskeskustelut, keskusteluryhmät ja Wikipedia) legitimizeerataan rakennetaan. Etsin verkkomateriaaleista diskursseja käyttäen apuna pääteemojen tunnistamista. Diskurssianalyysin osana määritän myös tunnistamani diskurssien toimijuudet, joiden kautta tarkastelen diskurssien ja niiden sisältämän legitimizeeratin merkityksiä vasten erityistä yhteiskunnallista kontekstia (esimerkiksi yrityksen uudelleenjärjestelyt muutenkin kuin taloudellisena järjestelyinä, johdon palkitseminen osana palkka (epä)tasa-arvoa, yritysten ja niiden toiminnan representaatioita kollektiivisen joukkoälyn tuotoksina).

1.3 Väitöskirjan rakenne

Tämä väitöskirja on kaksiosainen, jonka ensimmäinen osa koostuu johdantoluvusta ja toinen osa neljästä esseestä. Tässä johdanto-osassa taustoitin lyhyesti työn tieteenfilosofista, teoreettista ja metodologista pohjaa. Aluksi olen esitellyt tutkimuksen päämäärän ja tavoitteet. Sen jälkeen olen jaotellut tutkimusongelman neljäksi tutkimuskysymykseksi, ja kerron missä esseissä niihin vastataan. Seuraavassa luvussa kaksi käyn läpi aiemman tutkimuskirjallisuuden diskursiivisesta legitimaatiosta ja julkisuusteoriasta. Tämän jälkeen luvussa kolme käyn läpi tutkimuksen tieteenfilosofiset lähtökohdat ja paikannan tutkimukseni osaksi konstruktivistista perinnettä ja esittelen diskurssiteorian, jonka läpi aineistoa tarkastellaan. Luvussa neljä esittelen tutkimukseni materiaalit ja menetelmät, sekä arvioin tutkimukseni luotettavuutta. Seuraavaksi luvussa viisi esittelen tutkimukseni neljä esseettä ja kerron niiden tuloksista. Lopuksi vielä pohdin johtopäätöksissä esseiden tuloksia suhteessa tutkimusongelmaan ja tutkimuskysymyksiin, sekä pohdin koko tutkimukseni tuloksia ja niiden implikaatioita laajemmin.

2. Aiempi tutkimus

Tutkimukseni sijoittuu organisaatiotutkimuksen kentälle ja organisaatiotutkimuksen (institutionaaliseen teoriaan sijoittuvaan) diskursiivisen/kommunikatiivisen legitimaation tutkimukseen (Harmon ym. 2015, Bitektine & Haack 2015, Fryer 2011, Vaara 2014, Vaara & Tienari 2008). Tutkimuksen teoreettinen pohja rakentuu organisaatiotutkimuksen lisäksi viestinnän tutkimuksen sosio-kulttuuriseen suuntaukseen. Tämän suuntauksen mukaisesti tiedon ja merkitysten katsotaan rakentuvan ja välittyvän sosiaalisessa vuorovaikutuksessa, ja viestintää tässä vuorovaikutuksessa tarkastellaan kulloinkin vallitsevien yhteiskunnallisten ja kulttuuristen rakenteiden, tilanteiden ja kontekstien muovaavana ja niitä uusintavana (esim. Graig 1999). Osana tätä sosio-kulttuurista suuntausta hyödynnän julkisuusteoriaa (Habermas 1991, Laclau & Mouffe 1985/2001, Papacharissi 2002, Dahlberg 2007). Tässä työssä käsittelen sitä miten ja millaisia merkityksiä organisatorisista ilmiöistä ja käytännöistä suuren yleisön osallistuessa rakentuu. Ymmärrän legitimaation jatkuvana prosessina, jonka avulla eri osallistujat pyrkivät tekemään tietystä toiminnasta ymmärrettävää ja perusteltua, sekä siitä miten näitä merkityksiä kulttuurisesti jaetaan. Tutkimukseni tavoitteena on valottaa verkkojulkisuudessa rakentuvissa diskursseissa esille tulevaa sosiaalista vuorovaikutusta, ja osoittaa kuinka sen kautta organisaatiot ja organisatoriset käytännöt tulevat oikeutetuiksi, ei siis tarkastella tutkittavien ilmiöiden tai käytäntöjen oikeutusta sinänsä. Tätä kautta ammennan myös diskurssiteoriasta. Diskurssiteoreettisen näkökulman esittelen seuraavassa luvussa.

2.1 Legitimiteetti ja legitimaatio

Suchman (1995) määrittelee legitimiteetin yleiseksi käsitykseksi tai oletukseksi siitä millaiset (organisaation) toimenpiteet ovat haluttavia, oikeita tai sopivia tietyssä sosiaalisesti rakentuneessa normi-, arvo-, uskomus ja määritelmäjärjestelmässä. Legitimiteetti ei ole hyödyke, jota omistetaan tai vaihdetaan, vaan tila tai ehto (*condition*), joka heijastaa kulttuurista liittoutumaa, normatiivista tukea tai sopusointusuuutta voimassa oleviin lakeihin ja sääntöihin (Scott 1995, viit. Deephouse & Suchman 2008, 51). Suchman tarkentaa vielä, että legitimiteetti on yleinen käsitys siinä mielessä,

että se edustaa sateenvarjo-arviointia joka on vastustuskykyinen ja ylittää yksittäiset toimet tai sattumukset, mutta silti riippuvainen tapahtumajatkumosta. Tämä tarkoittaa sitä, että organisaatio voi joskus toimia sosiaalisista normeista poiketen, mutta säilyttää silti legitimitettinsä jos poikkeamiset jäävät huomioimatta yksittäisinä. Koska legitimitetti edustaa havainnoitsijoiden reaktioita organisaatioita kohtaan sellaisena kuin he sen näkevät, tämä tarkoittaa sitä että käsitykset (tai oletukset) syntyvät siitä näyttäytykö toiminta järkevältä tai perustellulta, ja ajan kuluessa näitä käsityksiä verrataan vastaamaan havainnoijien yksilöllisiä (subjektiivisia) moraalisia arvoja. Legitimitetti on sosiaalisesti rakentunutta, sillä se heijastaa yhteensopivuutta legitimoitavan entiteetin ja jaettujen uskomusten välillä tietyssä sosiaalisessa ryhmässä. Legitimitetti on siis riippuvainen kollektiivisesta, mutta riippumaton yksittäisistä havainnoijista. Tämä tarkoittaa sitä, että organisaatio voi poiketa joidenkin tiettyjen yksilöiden arvoista ja silti säilyttää legitimitettinsä, jos poikkeaminen ei herätä laajaa julkista paheksuntaa. (Suchman 1995, 574).

Suchman (1995) edelleen jaottelee organisatorisen legitimitetin tutkimuksen kahteen osa-alueeseen: strategiseen ja institutionaaliseen. Strateginen tutkimus tarkastelee legitimitettiä operationaalisenä resurssina, jota johto voi kontrolloida ja että kyseessä on tarkoitushakuinen, laskelmoitu ja usein puolustuskannalla oleva prosessi. Institutionaalinen tarkastelu taas pohjautuu käsitykselle jonka mukaan kulttuuri ja sosiaalisesti rakentuneet ulkoiset tekijät osallistuvat organisaation rakentumiseen perustavanlaatuisesti. Kummankin lähestymistavan sisällä tarkastelussa fokus voi olla legitimitetin a) pragmaattisessa arvioinnissa, b) moraalisen sopivuuden normatiivisessa arvioinnissa ja c) kognitiivisen sopivuuden ja tulkittavuuden määrittelyssä. (Suchman 1995, ks. myös Aldrich & Fiol 1994.)

Johnson ym. (2006) ovat täsmentäneet sosiaalipsykologian ja organisaatiotutkimuksen erilaisten legitimitetin määritelmien yhteneväisyydet. Heidän mukaansa kaikki ovat olennaisesti sitä mieltä että a) legitimitetti on sosiaalisesti rakentunutta, ja yhdenmukainen yhdessä jaettujen kulttuuristen uskomusten, arvojen ja normien kanssa b) vaikka legitimitetti välittyy yksilöllisten käsitysten kautta, se on pohjimmiltaan kollektiivinen prosessi, c) legitimitetti on riippuvainen näennäisestä, ei välttämättä todellisesta, paikallisesta yhteisymmärryksestä ja d) kollektiivisena rakennelmana todellisuudesta legitimitetillä on sekä kognitiivinen ja normatiivinen ulottuvuus (Johnson ym 2006, 57.)

2.1.1 Legitimaation käsite osana institutionaalista teoriaa

Laajimmassa merkityksessä legitimitetillä tarkoitetaan sitä uskoa että normi tai normatiivinen järjestelmä hallitsee tai sen tulisi hallita toimintaa, jo Weberin määritelmän mukaisesti sosiaalisen järjestyksen legitimitetti on kiinni siitä että tiettyjen arvojen, uskomusten ja sääntöjen uskotaan olevan haluttavia sosiaalisia käytäntöjä ja sitovan siihen kuuluvan ryhmän jäseniä. Vaikka

legitimiteetti voidaan paikallistaa yksilöiden uskomuksiin, vallitsevan käsityksen mukaan legitimizeetti on kollektiivisen toiminnan tulosta. Siten sellaiset sosiaaliset järjestelmät, normit ja säännöt joilla on laaja jäsentensä tuki ja kannatus ovat vakaampia ja niissä vallitsevia normeja ja sääntöjä todennäköisesti noudatetaan – eli organisaatioita jotka sopeutuvat ympäristöönsä pidetään legitimeinä (Walker ym. 1986, Tost 2011).

Berger ja Luckmann (1966) käyttävät legitimaatiota osana peruskäsitettä instituutioituminen, ajatukseen jossa ihminen tuottaa itsensä aina ja väistämättä sosiaalisessa vuorovaikutuksessa, kielellisten prosessien välityksellä. Näin siis ihmiset yhdessä tuottavat inhimillisen maailman kaikkine sosio-kulttuurisine ja psykologisine muodostumineen. Kaikki inhimillinen toiminta voi totunnaistua, sillä usein toistuva toiminta saa vakiintuneen muodon, jolloin se voidaan toistaa samalla tavalla yhä uudelleen. Totunnaistunut toiminta säilyy mielekkäänä yksilölle, vaikka siitä muodostuu rutiini, joka hänen yleiseen tietovarantonsa sulautuessaan muuttuu itsestään selväksi, tulevia tarpeita palvelevaksi rakenteeksi. Ajan kuluessa instituutiot asettavat ennakoita määriteltyjä käyttäytymismalleja, jotka kanavoivat toimintaa ja käyttäytymistä aina tiettyyn suuntaan, erotuksena lukuisista muista teoreettisesti mahdollisista suunnista. Berger ja Luckmann toteavat sosiaalisen kontrollin kumpuavan ensisijaisesti instituution olemassaolosta sinänsä; jonkin inhimillisen käyttäytymisalueen instituutioituminen merkitsee jo itsessään tämän alueen alistumista sosiaaliselle säätelylle. Instituutioitumiseen kuuluu myös objektivoituminen, jolla Berger ja Luckmann tarkoittavat yksilön asettumista kaiken kattavaa ja valmiina todellisuutta edustavaa sosiaalista maailmaan vastaan, jolloin ihmisen toiminnan ulkoistetut tuotokset saavuttavat sosialisaatiossa objektiivisuuden luonteen. He korostavat kuitenkin, että ihmisen (tuottajan) ja sosiaalisen maailman (hänen tuotoksensa) välinen suhde on ja pysyy dialektisena – vuorovaikutuksessa keskenään. Objektivoituminen taas edellyttää legitimaatiota, jonka he määrittelevät oikeuttamisen prosessiksi joka ”selittää” instituutiojärjestelmän tekemällä sen objektivoituista merkityksistä kognitiivisesti päteviä. Legitimaatio mahdollistaa kerrostuneen ja traditioihin kerääntyneen tiedon siirtämisen sukupolvelta toiselle. (Berger & Luckmann 1966.)

Organisaatiotutkimuksessa legitimizeetin ja legitimaation käsite kuuluu institutionaaliseen teoriaan. Institutionaalinen teoria käsittelee organisaatioiden ja organisatoristen käytäntöjen yhteneväisyyttä, ja erityisesti näiden käytäntöjen vakiintumista ja samankaltaistumista, sekä niitä prosesseja joiden kautta yksilöt omaksuvat ja hyväksyvät jaetun käsityksen sosiaalisesta todellisuudesta jotka säätävät instituutioita (Phillips ym. 2004). Organisaatioiden sisällä syntyy juuri niille tyypillisiä rakenteita ja käytäntöjä, joita ajan myötä pyritään vaalimaan ja säilyttämään. Käytännöt ja rutiinit organisaatioissa leviävät toimijalta toiselle sekä organisaatioiden sisällä että niiden välillä. Institutionaalinen teoria syntyi vastareaktionä aiemmin vallinneelle behavioristiselle suuntaukselle, jonka mukaan kollektiivinen poliittinen ja taloudellinen käyttäytyminen on aina seurausta yksilöllisistä valinnoista ja siten instituutiotkin nähtiin yksilötason ominaisuuksien

summuna (DiMaggio & Powell 1983, Powell & DiMaggio 2012). Uraauurtavassa tutkimuksessaan DiMaggio ja Powell (1983/2000) paikansivat institutionaalisen teorian synnyn tarpeeseen ottaa huomioon sen, että organisaatiot eivät ole vain tavoitteellisen inhimillisen suunnittelun tuloksia ja rationaalisia toimijoita, vaan niiden syntyyn ja kehittymiseen liittyy aina historia, kulttuuri, arvot, perinteet, tavat sekä sisäisen toiminnan rutiinit, edut - organisaatioiden on siis aina sopeuduttava ympäristöönsä tuen ja legitimitetin saamiseksi.

Samalla alalla tai samalla institutionaalisella kentällä toimivat yritykset erityisesti peilaamaan vallitsevia käytäntöjä ja näin yhdessä rakentamaan julkista legitimitettä (ks. Lowrey 2011). DiMaggio ja Powell ovat todenneet ajan myötä organisaatiot muuttuvat entistä homogeenisimmiksi eli niiden rakenne, kulttuuri ja tuotokset samankaltaistuvat muiden samalla organisatorisella kentällä toimivien organisaatioiden kanssa. (DiMaggio & Powell 1983 s 148). Samankaltaistumista kuvataan myös isomorfismin käsitteellä, joka määritellään prosessiksi (emt. 149-150) jossa populaation osat pakotetaan samankaltaisiksi kuin toiset osat jotka kohtaavat samat ympäristövaikutukset. Samankaltaistuminen tarkoittaa myös sitä, että organisaatioiden toimintaan vaikuttavat toiset organisaatiot teknologian, kilpailun ja vuorovaikutuksen kautta, ja lisäksi organisaatiot vastaavasti vaikuttavat ympäristöönsä mm. teknologian kehittyessä. Tämä isomorfismi voi olla kilpailullista tai institutionaalista. Kun kilpailullista isomorfismia käytetään erityisesti kilpailujen markkinoiden tarkasteluun, institutionaalisessa isomorfismissa kyse on siitä miten muut organisaatiot vaikuttavat samankaltaisuuteen. (DiMaggio & Powell 1983, Meyer & Rowan 1977) Myös uudet ja nousevat organisaatiot pyrkivät legitimoimaan toimintaansa noudattamalla itsestään selvänä pidettyjä käytäntöjä, jotka edelleen vahvistavat näiden käytäntöjen luonnetta objektiivisen ja luonnollisen todellisuuden kuvastajana (Tost 2011).

On myös de-institutionalisaatiota, jolla tarkoitetaan organisaatiokäytäntöjen institutionaalisoitumista vähentäviä tekijöitä (Oliver 1992). Nämä tekijät voivat olla sisäisiä (esim. henkilöstövaihdokset, taloudelliset kriisit, organisaatiojärjestelyt, strategia- ja rakennemuutokset, fuusiot) tai ulkoisia (esim. kilpailu, lainsäädäntö, muutokset julkisessa mielipiteessä, mullistavat tapahtumat ja kriisit). Hyvä esimerkki de-institutionalisaatiosta on aikanaan laajasti käytetyn ja itsestään selvänä pidetyn torjunta-aine DDT:n käytön kieltämiseen johtanut prosessi (ks Maguire & Hardy, 2009). De-legitimaatiolla vastaavasti tarkoitetaan prosessia, jossa subjektin legitimitetti muuttuu ajan kuluessa. De-legitimaation lisäksi huomiota on kiinnitetty illegitimimaatioon, prosessiin jossa joillekin organisatorisille käytännöille tai toiminnoille rakentuu negatiivinen, epäterve, epäeettinen tai muuten ei-hyväksyttävä merkitys tietyissä olosuhteissa (Siltaoja & Vehkaperä 2010, 493). Tostin mukaan muutoksen tutkimuksessa illegitimiteettiä pidetään kriittisenä muutosvoimana, jonka avulla tarkastellaan kuinka muutokset organisatorisissa muodoissa, käytännöissä ja toimintatavoissa edellyttävät sitä että uudet järjestelyt nähdään entisiä legitimiimpinä (Tost 2011).

Viestinnän merkittävä rooli legitimizeetin rakentumisessa on tunnistettu alusta asti, ja aivan viime aikoina institutionaalista teoriaa laajentamaan on tuotu käsite kommunikatiivisesta institutionalismista (Cornelissen ym 2015). Tämän ajatuksen mukaan viestintä nähdään jatkuvana, dynaamisena ja vuorovaikutteisena prosessina jossa symboleja voidaan manipuloida merkitysten luomiseksi, tuhoamiseksi, ja juuri tässä prosessissa syntyvät merkitykset ovat keskeisiä organisaatioiden olemassaololle (Ashcraft ym. 2009, 22). Kommunikatiivisen institutionalismin käsite tuo organisaatioviestinnän tutkimuksen CCO-teorian (*communication as constitutive of organizations*) osaksi institutionaalista teoriaa. CCO-teorian mukaan viestintä on prosessi jossa luodaan kollektiivisia muodostelmia, ja instituutiot siten syntyvät vuorovaikutuksessa, viestintään perustuen; eikä viestintä siis ole vain ikkuna jonka avulla organisaatioita voidaan tarkastella, tai organisaatiot eivät ole säiliö, jonka sisällä ja josta ulos tulevaa informaatiota viestintä kuljettaa (ks. mm. Taylor & VanEvery 2000, Ashcraft & Mumby 2004).

Legitimeetti siis heijastaa yhteiskunnassa vallitsevia käsityksiä ja on riippuvainen kollektiivisesti jaetuista käyttäytymisnormeista, mutta samalla eri toimijat omalla toiminnallaan uudelleenrakentavat ja muokkaavat näitä käsityksiä ajan kuluessa. Institutionaalisiin muutoksiin sisältyy aina muutoksia arvioita tekevien yksilöiden suhtautumisessa yhteiskunnallisiin toimijoihin/entiteetteihin (Tost 2011). Legitimeetillä on merkittävää vaikutusta siihen miten organisaatioita rakennetaan ja johdetaan, sekä siihen miten ne ymmärretään ja niitä arvioidaan (Drori & Honig 2013). Organisaatioiden ja johtamisen tutkimuksessa legitimaatio nousee merkittäväksi sekä organisaatioiden ja niiden toiminnan että johtajien valta-aseman oikeuttamiseen liittyvien sosiaalisten että kulttuuristen arvojen ja uskomusten tarkasteltaessa. (Deephouse & Suchman 2008.)

2.1.2 Legitimeetin moraalinen arviointi

Legitimaatiota on tutkittu joko pragmaattisena, kognitiivisena tai moraalisena kysymyksenä (Suchman 1995). Pragmaattinen legitimizeetti perustuu organisaation pääsidosryhmiä tai suurta yleisöä edustavien yksilöiden laskelmoivaan harkintaan. Nämä yksilöt liittyvät legitimizeetin organisaatioon, jonka katsovat ajavan heidän etujaan, ja nämä edut voivat olla rahallisia, suoria tai epäsuoria. Kognitiivinen legitimizeetti tarkoittaa ajattelua, jossa organisaatioita ja niiden tuotoksia, proseduureja, rakenteita ja johtajien käytöstä pidetään yhteiskunnallisessa kontekstissa väistämättöminä ja tarpeellisina, ja tämä hyväksyntä pohjautuu itsestään selvänä pidetyille oletuksille. Kognitiivinen legitimizeetti toimii alitajunnan tasolla, ja siksi siihen vaikuttaminen tai strateginen manipulointi onkin vaikeaa. Moraalinen legitimizeetti taas viittaa organisaatioiden ja niiden tuotosten ja toiminnan tietoiseen moraaliseen arviointiin. (Suchman 1995, Palazzo & Scherer 2006, Castello & Lozano 2011.)

Moraalinen legitimizeetti rakentuu sosiaalisesti kun tiettyjä toimintoja, käytäntöjä tai instituutioita kohtaan esitetään arvioita. Siinä heijastuu

prososiaalinen¹ logiikka, joka on merkittävästi erilaista kuin oman edun tavoittelu. Moraalisen arvioinnin merkitys on kasvanut, kun kognitiivisen legitimitetin on katsottu heikentyneen ja pragmaattivinen, lobbaamiseen ja brändin rakentamiseen pohjautuva legitimitetti on kohdannut vastarintaa. (Suchman 1995, Palazzo & Scherer 2006). Legitimitetin moraaliseen arviointiin sisältyy myös yhteisen hyvän arviointi, sekä tarkempi määrittely siitä ketkä tämän yhteisen hyvän puolesta esiintyvät (Suchman 1995, Baur & Palazzo 2011).

Golant ja Sillince (2007, 1149-50) ovatkin huomauttaneet, että legitimitetin jaottelu pragmaattiseen, kognitiiviseen ja moraaliseen arviointiin voidaan ryhmitellä toisinkin: heidän mukaansa sekä pragmaattinen että moraalinen lähestymistapa pohjautuvat viime kädessä yksilöllisen toiminnan arviointiin, ja huomion kohteena on erityisesti johtavassa asemassa olevien rooli materiaalisten ja symbolisten harkinnanvaraisen kontrollin yleisön suostuttelussa. Näin myös tällaisten legitimitettiväitteiden hyväksyntä on johtanut rahallisen, inhimillisen ja kulttuurisen pääoman keskittymiseen juuri organisaatioihin. Sen sijaan, jos keskitytään legitimaation kognitiiviseen arviointiin, tarkasteluun nousee kollektiivisesta toiminnasta syntyvä yhteisymmärrys, eikä niinkään keinojen ja päämäärien arviointi. Keskiöön nousee tällöin ajatus siitä, että organisaatiot ja niiden toiminnat, rakenteet ja rutiinit katsotaan muodostavan osan luonnollista järjestystä kulloisessakin yhteiskunnallisessa kontekstissa (Golant & Sillince 2007, 1149-50). Vastaavasti Tost (2011) kiinnittää erityisesti huomiota yksilötason arviointeihin, ja jaottelee sen instrumentaalisten, yhteyssuhteisiin perustuvien ja moraalisten ulottuvuuksien tarkasteluun. Tostin mukaan instrumentaalinen legitimitetin arviointi perustuu siihen miten yksilöt tai ryhmät kokevat organisaation olevan hyödyksi ja saavuttavan tavoitteitaan. Yhteyssuhteisiin perustuva legitimitetti arvioidaan sen mukaan kuinka organisaatiot pystyvät vahvistamaan yksilöiden tai ryhmien sosiaalisia identiteettejä ja itseisarvoa, sekä siihen miten yksilöitä ja ryhmiä kohdellaan. Moraalisen legitimitetin arvioinnissa taas on kyse siitä miten hyvin organisaatioiden katsotaan vastavan arvioijan arvoja. Kognitiivisen legitimitetin tarkastelu ei Tostin mielestä taas ole merkittävää, koska se on luonteeltaan passiivista, eikä edellytä arvioitavan kohteen kyseenalaistamista tai haastamista (Tost 2011).

Yhteenvedona voi siis todeta että moraalinen legitimitetti perustuu siihen millaisia päätelmiä sidosryhmät ja suuri yleisö tekee organisaatioiden toiminnan oikeudenmukaisuudesta ja vastuullisuudesta, yhdenmukaisuudesta vallitseviin arvoihin. Suchmanin (1995) mukaan moraalinen legitimitetti on seurauksiin, menetelmiin, rakenteisiin sekä persoonaan kohdistuvaa arviointia. Organisaatioita voidaan arvioida niiden moraalisten saavutusten tai niiden toimintatapojen, käytäntöjen, prosessien ja tekniikoiden sosiaalisen hyväksynnän perusteella. Rakenteiden legitimaatio tarkoittaa kaikkien organisaation käytössä olevien rakenteellisten ratkaisujen ja niiden ilmentymien, kuten tavoitteet, strategiset kirjaukset, julkistetut resurssit ym.

¹ Prososiaalisella tarkoitetaan käyttäytymistä, jolla on yhteisölle myönteisiä seurauksia (Finto)

arviointia. Persooniin kohdistuva legitimizeetti pohjautuu johtajien henkilökohtaisiin ominaisuuksiin ja piirteisiin. (Suchman 1995, 579.)

Legitimaation jaottelu pragmaattiseen, kognitiiviseen ja moraaliseen ulottuvuuteen on yleistynyt, ja uudemmissa tutkimuksissa ulottuvuuksia on edelleen tarkennettu ja niitä on laajennettu jopa 12 eri ulottuvuuteen (Deepphouse & Suchman 2008). Vaikka Suchman vielä vuonna 1995 esitti, että tutkijoiden tulisi selkeästi tuoda esille minkä ulottuvuuden tarkasteluun he keskittyvät (Suchman 1995, 602), on myöhemmin todettu, että keskittyminen eri ulottuvuuksien määrittelyyn tai niiden ”puhtauteen” ei vie legitimizeetin ymmärrystä eteenpäin, vaan olisi myönnettävä, että mitä tahansa legitimizeettiin liittyvää asiaa voidaan operoida usealla eri ulottuvuudella. Näin siis sen sijaan että tutkimuksissa keskitytään vahvistamaan eri ulottuvuuksien välisiä eroja, tutkijoiden tulisi kiinnittää enemmän huomiota legitimizeation eri lähteisiin, edeltäjiin ja seurauksiin (Deepphouse & Suchman 2008, s. 68).

2.1.3 Legitimaation kohteet ja lähteet

Ajan kuluessa organisaatioissa jotkut ymmärrykset toimintaympäristössä vallitsevista arvoista ja käytännöistä ovat institutioituneet, saaneet itsestään selvän aseman, ja legitimaatio siis on prosessi, jonka kuluessa näitä ymmärryksiä jatkuvasti tuotetaan, muokataan ja horjutetaan. Jotta päästäisi tutkimaan sitä, miten tämä prosessi rakentuu, ehdottavat Deepphouse ja Suchman, että tutkimuksessa tulisi kiinnittää enemmän huomiota siihen mitä ja ketkä ovat legitimizeation subjekteja (tekijöitä tai kohteita), lähteitä, edeltäjiä tai seurauksia (Deepphouse & Suchman 2008, s. 68).

Legitimizeation kohteita (*subjects of legitimacy*) tai subjekteja² ovat ne sosiaaliset entiteetit, rakenteet, toiminnat ja ideat joiden hyväksyttävyyttä arvioidaan. Kohteita voi olla lukematon määrä, esim. Johnsonin (2004, viittaa Deepphouse & Suchman 2008, 54) listauksen mukaan: ”teko, sääntö, proseduuri, rutiini, jakelu, asema, ryhmä tai tiimi, ryhmän statusrakenne, ryhmätyö, asemarakenne, auktoriteettijärjestelmä, organisaatio, organisatoriset symbolit, organisaation muoto, käytännöt, palvelut, ohjelmat, menettelytapa, valtajärjestelmä, epätasa-arvoisuuden järjestelmä”. Näiden lisäksi erityisinä legitimizeetin kohteina mainitaan yrityksen perustajat sekä ylin johtoryhmä, sillä organisaatiot, kuten muut legitimizeetin kohteet, ovat usein aktiivisia toimijoita legitimizeetin luonnissa. (Deepphouse & Suchman 2008, 54). Palazzon ja Schrererin (2006) mukaan erityisesti organisaatiot ovatkin nykyisen näkemyksen mukaan entistä enemmän legitimizeettivaatimusten tekijöitä eivätkä niiden kohteita (ks. alaviite). Palazzon ja Schrererin mielestä organisaatioiden roolia nimenomaan poliittisena, taloutteen ja yhteiskuntaan

² Englannin kielen termi ”subject” voidaan kääntää ”tekijäksi”, mutta usein käytetään myös termiä ”objects” tai ”focuses”. Käännös ”subjekti” olisi perusteltua siinä mielessä, että se pitää sisällään sekä käsitteen sosiaalisen rakentumisen, aktiivisen toimijuuden että ajoittaisen subjetiivisuuden. (ks. Deepphouse & Suchman 2008, s. 54). Tässä käytän kuitenkin selkeyden vuoksi käännöstä ”kohde”.

globaalilla tasolla vaikuttavana toimijana, tulisi tarkastella moraalisen legitimitietin näkökulmasta (Palazzo & Scherer 2006, 76).

Legitimaation lähteitä (*sources of legitimacy*) ovat ne sisäiset ja ulkoiset yleisöt jotka havainnoivat yritystä ja siten tekevät arvioita sen legitimitietistä. Jo perusmääritelmän mukaankin legitimitietti pohjautuu sekä subjektiivisiin että kollektiivisesti jaettuihin arvoihin, uskomuksiin ja näkemyksiin (Suchman 1995), ja näiden erilaisten näkemysten leviämistä voidaan tarkastella joko tietoisena, harkittuna tai tiedostamattomana, intuitiivisena prosessina (ks. esim. Haack ym 2014). Meyer & Scott (1983) keskittyivät tutkimuksessaan niihin lähteisiin joilla on kyky mobilisoida ja olla vastakkain organisaation kanassa, ei välttämättä valta-asemansa vaan kulttuurisen auktoriteetin kautta. Nämä lähteet jaettiin kahteen ryhmään: ne joilla on asema ja lupa sinänsä, yleensä siis valtionhallinto; sekä ne joilla on kollektiivinen auktoriteetti siihen mikä on soveliaista, esimerkiksi lakimiehet, tilintarkastajat ja älymystö (Meyer & Scott 1993). Bitektine ja Haack (2015) puhuvat legitimitietin myöntäjistä tai arvioijista, joiksi he luokittelevat median, valtionhallinnon sekä lainsäädäntöjärjestelmän (Bitektine & Haack 2015, 51-52). Suchmannin (1995) mukaan legitimitietin lähteet eivät rajaudu vain portinvartijoihin. Siten, legitimitiettitutkimuksen päätehtävänä tulisikin olla tunnistaa ne keillä on kollektiivinen auktoriteetti kulloisissakin puitteissa ja vastaus tähän riippuu pitkälti tutkimuskysymyksestä. Legitimitiettiä myöntävien auktoriteettien lisäksi aivan erityisenä legitimaation lähteenä on tutkittu suurta yleisöä, koko yhteiskuntaa (Deephouse & Suchmann 2008). Koko yhteiskuntaa legitimitietin lähteenä on tarkasteltu etenkin pitkällä ajanjaksoilla, ja päädytty tuloksiin, että mitä enemmän jollakin käytännöllä on omaksujia, sitä laajemmin levinnyttä on sen hyväksyntä ja siten suurempi legitimitietti (ns. diffuusion tutkimus, ks Deephouse & Suchmann 2008, s. 55).

Suuremman yleisön roolia kollektiivisen legitimitietin myöntäjinä tutkimuksissa on tarkasteltu myös kansalaisjärjestöjä (NGOs) tai edelläkävijöitä (Baur & Palazzo 2011, Haack ym 2014). Kansalaisjärjestöjä nimenomaan yleisen mielipiteen edustajina (ja organisaatioita yleisen mielipiteen vastaisten toimien arvostelijoina) on pidetty erityisenä sidos- tai painostusryhmänä ja poliittisena toimijana, joiden tulisi hankkia omille menettelytavoiilleen legitimitietti (Baur & Palazzo 2014). Suuren yleisön joukossa on tunnustettujen arvioijien lisäksi edelläkävijöitä tai aavistajia (*intuiters*) jotka myöntävät organisaatioille legitimitietin, usein verraten niiden toimintaa saman alan tai organisaatiotyypin kesken, sekä suhteessa universaaleihin ihanteisiin kuten huolenpito, reiluus, vapaus, lojaalius, arvovalta ja puhtaus. Tällaista ruohonjuuritasolta nousevaa, luokittelujen lisäksi positiivisten ja negatiivisten tekijöiden intuitiiviseen punnintaan perustuvaa prosessia kutsutaan alhaalta ylös leviäväksi vertikaaliseksi legitimitietiksi (*bottom-up vertical legitimacy spillover*) (Haack ym 2014).

Legitimitietin lähteitä on tarkasteltu myös sidosryhmäteorioissa (*stakeholder theories*). Pääsääntöisesti sidosryhmäteoria olettaa että sidosryhmillä on tärkeä merkitys legitimitietin synnyssä ts. että sidosryhmiksi määritellään kaikki ne erilaiset ryhmät tai yksilöt joihin organisaatiot vaikuttavat tai joihin

organisaatioiden tulisi kiinnittää huomiota (Phillips 2003). Merkitystä on kuitenkin sillä, miten laajana tai suppeana käsitteenä sidosryhmät teoretisoidaan: eri sidosryhmien legitimizeetti suhteessa organisaatioihin voi olla normatiivinen (eli kattaa kaiken moraalisen arvioinnin joiden puitteissa organisaatioiden roolia yhteiskunnassa tarkastellaan) tai derivatiivinen (jolloin sidosryhmien merkitystä arvioidaan vain sen mukaan miten niiden toiminnalla on vaikutusta organisaatioon ja sitä kautta ovat erityisen manageriaalisen huomion kohteena) (emt.).

Legitimizeettiä myöntävien auktoriteettien ja koko yhteiskunnan legitimizeetin lähteenä väliin sijoittuu media. Kuitenkin, kuten Deephouse (1996) totesi, tutkimus journalismin ja joukkoviestinnän alalta vahvasti ehdottaa, että media selonteot eivät vaan heijasta vaan myös vaikuttavat suureen yleisöön (ks. myös Bitektine & Haack 2015). Näin siis medialla on kaksoisrooli legitimizeetin tutkimuksessa, se toimii sekä indikaattorina koko yhteiskunnan tason legitimaatiosta että legitimaation lähteenä sinänsä. Sidoryhmäteoriassa median rooli suhteessa organisaatioihin voidaan nähdä normatiivisen tai derivatiivisen legitimizeetin myöntäjänä. Normatiivisen legitimizeetin näkökulmasta media on merkittävä sidosryhmä, sillä sen kautta organisaatiot voivat tuoda itsensä esille tai näyttäytyä tahona, joka täyttää moraaliset velvoitteensa. Derivatiivisen legitimizeetin näkökulmasta media on taas erityinen taho joka voi tilaisuuden tullen auttaa tai estää organisaatioita niiden tavoitteiden saavuttamisessa. (Phillips 2003).

Koko yhteiskunnan tason ja median lisäksi kolmas merkittävä legitimizeetin lähde on yritysten väliset suhteet. Subjektista tulee legitimi kun se on yhteydessä legitimeihin toisiin, muihin alueen tai alan organisaatioihin, sekä hallintoon, teollisuudenalan johtajiin ja muihin auktoriteetteihin ovat tärkeää. Tietyissä kulttuurisissa konteksteissa myös osallistuminen hyväntekeväisyyteen, lomittuneet johtajuudet ja strategiset liittoutumat on tunnistettu tärkeiksi legitimaation lähteiksi (Deephouse & Suchmann, 2008, s. 56)

Legitimaation kohteiden ja lähteiden lisäksi legitimaatioprosessien tutkimuksessa huomiota on kiinnitetty legitimaation edeltäjiin ja seurauksiin. Meyer & Rowan (1977) ehdottivat että sekä tekninen tehokkuus että mukautuminen institutionaalsiin myytteihin voivat olla legitimizeetin edeltäjiä. Deephouse (1996) testasi tätä suhdetta ja huomasi esimerkiksi että mukautuminen ja tehokkuus lisäsivät pankkien legitimizeettiä lainsäätäjien silmissä, yhdenmukaisesti lainsäätäjien intressien pankkijärjestelmän vakaudesta kanssa, ja vastaisesti että pelkällä mukautumisella oli positiivinen vaikutus legitimizeettiin median silmissä, joka olettavasti yleisten normien ja arvojen johtaja ja tulkki. Suchman (1995) huomauttaa kuitenkin myös että joskus organisaatiot hankkivat legitimizeettiä pyrkimällä manipuloimaan ympäristöään pelkän sopeutumisen sijasta. Tämän mukaisesti ovat tutkittu muuan muassa kuinka tekstejä voidaan käyttää legitimizeetin hankintaan joillekin subjekteille ja legitimizeetin haastamiseen joillekin. Esimerkiksi Elsbachin ja Suttonin (1994) tutkimus vaikutelmien johtamisesta (*impression management*) osoitti, että selonteot joissa myönnetään epäonnistuminen tai

viitataan institutionaaliseen ympäristöön, ovat parempia kuin selonteot joissa kielletään vastuu tai viitataan tekniseen ympäristöön. Kun on pyritty todistamaan että legitimizeetti vahvistaa organisaation selviytymistä, on tutkimuksissa yritetty mm. mitata erilaisia legitimizeetin seurauksia (Deephouse & Suchman 2008). Strategisesta näkökulmasta legitimizeetti on jotakin mitä voidaan manipuloida organisaation tavoitteiden saavuttamiseksi, ja tutkijat ovat todenneet että legitimizeetti vaikuttaa kilpailuun resurssista. Legitimizeetin seurauksena organisaatioiden selviytymiskyky vahvistuu (Deephouse & Suchman 2008, 59).

2.1.4 Legitimointistrategiat

Legitimizeetti rakentuu ajan kuluessa ja legitimaatio on jatkuva prosessi. Tätä prosessinomaisuutta korostaa legitimointistrategioiden tarkastelu: legitimizeetti ei ole jatkuvaa tai pysyvää, vaan tilapäistä ja epävakaa. Aiemmin mainitun jaottelun mukaisesti strategisesta näkökulmasta legitimizeetti on jotakin mitä voidaan manipuloida, jotta saavutetaan halutut tavoitteet; ja legitimizeetin seurauksena organisaatioiden selviytymiskyky vahvistuu (Suchman 1995). Kiinnostus legitimizeettiä kohtaan on levinnyt strategisen johtamisen kirjallisuuteen, ja tutkijat ovat kehittäneet ja testanneet erilaisia hypoteeseja ennustamaan kuinka erilaiset legitimizeetin tyypit voisivat vaikuttaa muihin suoritusmittareihin, kuten esim. arvopaperien liikkeelle laskun arvoon, pörssikurssien arvoon, pörssiriskeihin ja sidosryhmien tukeen (Deephouse & Suchman 2008). Legitimizeetin strateginen tarkastelu näkee sen jonakin jota voidaan manipuloida organisaation tavoitteiden saavuttamiseksi. Käytännön toiminnalleen organisaatioiden on hankittava sosio-kulttuurinen legitimizeetti, ylläpidettävä sitä ja legitimizeetin horjuessa pyrittävä se korjaamaan (Suchman 1995). Legitimizeetti voidaan hankkia voittamalla hyväksyntää joko toiminnan yleisen sopivuuden tai toimijan oman pätevyyden perusteella. Strategiana voi Suchmanin (1995) mukaan olla a) mukautuminen olemassa olevan yleisön odotuksiin organisaation nykyisessä toimintaympäristössä “Jos organisaatiot hankkivat pragmaattista legitimizeettiä mukautumalla instrumentaalisiin vaatimuksiin ja moraalista legitimizeettiä mukautumalla altruistisiin ihanteisiin, kognitiivista legitimizeettiä hankitaan pääosin mukautumalla vakiintuneisiin malleihin tai standardeihin.” b) valitseminen useista ympäristöistä se jonka yleisö kannattaa nykyisenlaista toimintaa tai c) ympäröivän rakenteen manipulointi luomalla uusia yleisöjä ja uusia legitimoivia uskomuksia (Suchman 1995).

Edelleen Suchmanin mukaan legitimizeettiä pyritään ylläpitämään koska poikkeavuudet, väärät vihjeet, epäonnistumiset matkimisessa, innovaatiot ja ulkoiset shokit uhkaavat myös kaikkein vakaimpien organisaatioiden legitimizeettiä, erityisesti jos niille osuu epäonnea paljon lyhyessä ajassa tai jos uhat jätetään pitkäksi aikaa kohtaamatta. Ylläpitoon liittyy kolme aspektia a) yleisöt ovat usein heterogeenisiä b) vakaus usein tuo mukanaan jäykkyyttä ja c) institutionalistuminen usein itse luo itselleen vastustusta. Ylläpitostrategioita voi olla kahdenlaisia: tulevaisuuden muutosten ennakointi tai menneiden saavutusten suojeleminen. Lopullisena legitimizeetin ylläpitostrategiana

organisaatiot voivat kerätä goodwilliä ja kannustusta varastoon. Legitimiteetin korjaaminen tarkoittaa reagoimista ennalta-arvaamattomaan merkityskriisiin. Legitimaatiokriiseillä on tapana tulla itseään vahvistavan palautteen silmukoiksi, kun sosiaaliset verkostot perääntyvät välttääkseen syytöksiä tulla yhdistetyksi väärintekijään. Strategioita legitimiteetin korjaamiseen ovat a) normatiivisten selontekojen tarjoaminen: kiistä, pyydä anteeksi, puolustaudu, selitä b) jälleenrakennus: luo valvontaa ja vahtikoiria, irrottaudu (rakenteellinen muutos jonka avulla yritys symbolisesti ottaa etäisyyttä huonoista vaikutuksista c) paniikin välttäminen. Näitä legitimiteetin korjaamiseen käytettäviä strategioita on tarkasteltu erityisesti kriisiviestinnän ja maineenhallinnan tutkimuksessa. (Suchman 1995)

2.1.5 Diskursiivinen legitimaatio

Legitimaation diskursiivinen näkökulma tarkoittaa sitä, että nähdään aidon legitimiteetin rakentuvan ajan myötä nimenomaan instituutioiden ja niiden toiminnasta käytävien diskurssien kriittiselle tarkastelulle. Organisaatiotutkimuksen kriittisen ja lingvistisen käänteen myötä kielenkäytön tutkimus on noussut merkittäväksi. Diskurssiteoriaan nojautuvat tarkastelut pyrkivät selvittämään sitä miten kielelliset ja tekstuaaliset ilmaukset rakentavat käsityksiä organisaatioista, organisatorisista käytännöistä ja todellisuudesta (Phillips ym. 2004). Peruslähtökohtana on se, että nämä käsitykset sekä syntyvät diskursseissa että ovat diskurssien rajaamia - käytettävissä on kulloinkin tietty joukko diskursseja jotka mahdollistavat (vain) tietynlaisia toimija-asemia ja antavat tilaa (vain) tietynlaisille äänille (ks. esim. Fairhurst & Putnam 2004). Verkko ja sen tarjoamat lisääntyneet osallistumismahdollisuudet ovat tarjonneet entistä enemmän tilaa diskurssien rakentumiseen ja niiden tarkasteluun.

Diskursiivinen legitimizeetti rakentuu diskursiivisten tekojen kautta sosiaalisissa käytännöissä (Siltaja 2009, 103). Sekä pragmaattinen että moraalinen legitimaatio (ks. Suchmanin 1995 jaottelu edellä) nojaavat diskursiiviselle arvioinnille - ja tämä diskursiivinen arviointi tapahtuu julkisen keskustelun kautta (Vaara & Tienari 2008). Ottamalla diskursiivinen näkökulma päästään käsiksi siihen miten legitimizeettiä rakennetaan (tekstien) avulla (ks. Suddaby & Greenwood 2005, Vaara & Tienari 2008, Siltaja & Vehkaperä 2010). Tällä vuosituhanella legitimaation tutkimuksessa onkin paljon kiinnitetty huomiota legitimaation kielelliseen tarkasteluun. Tämä tutkimus on paljon fokusoinut legitimaation strategiseen tarkasteluun: on pyritty selvittämään millaisin diskursiivisin keinoin organisaatiot voivat luoda, ylläpitää ja korjata legitimizeettiään.

Strategisesti virittynyt diskursiivinen legitimaation tutkimus on perinteisesti tarkastellut nimenomaan johdon pyrkimyksiä vaikuttaa siihen, miten organisaatioista puhutaan. Tällainen tarkastelu on usein yksilökeskeistä ja instrumentaalista. Kielenkäytön merkitys on tunnustettua, ja erityisesti retoriikkaan on kiinnitetty huomiota. Suddabyn ja Greenwoodin (2005) mukaan retorisilla strategioilla tarkoitetaan tarkkaan harkittua suostuttelevan

kielen käyttöä pyrittäessä innovaatioiden legitimointiin tai vastustukseen rakentamalla yhdenmukaisuutta tai yhteensopimattomuutta innovaatioiden, vallitsevan institutionaalisen logiikan sekä laajempien institutionaalisten muutoksen välille (Suddaby & Greenwood, 2005, 41). Retoriikkaa on tarkasteltu strategisena resurssina (ks. esim. Jarzabkowski & Sillince 2007) ja muun muassa vaikutelmien hallinnan (*impression management*) yhteydessä (Elsbach and Sutton, 1992; Allen & Caillouet 1994) tai ulkoisessa viestinnässä (Sillince & Brown 2009). Yksi merkittävä strategisen legitimaation tutkimusalue on organisaatioiden maineenhallinta osana kriisiviestintää ja riskienhallintaa (ks. esim. Winn ym. 2008, Coombs 2006, Aula 2010). Deephouse ja Carter (2005) ovatkin todenneet eron maineen ja legitimitetin välillä olevan pääosin siinä, että maineen usein katsotaan olevan yrityksen itse määriteltävissä sekä siinä että yrityksen menestys vaikuttaa maineeseen suorasti, kun taas vaikutukset legitimaatioon ovat yleensä epäsuoria (Deephouse & Suchman 2008).

Diskursiivisen legitimaation tutkimuksen tulisi kuitenkin ulottua strategisesti painottuneen ja pragmaattiseen arviointiin perustuvasta myös kognitiiviseen ja moraaliseen arviointiin; ja huomioon tulee ottaa sosiaalisen toiminnan mahdollisuudet sekä valtasuhteet, kriittinen näkökulma. Diskurssiteorioihin pohjautuva näkökulma sisällyttää tarkasteluun ne sosiaaliset mekanismit jossa legitimaatio toimii, eikä pelkästään tiettyjä institutionaalisia piirteitä. (ks. esim. Steffek 2009). Muun muassa Suddabyn ja Greenwoodin (2005) sekä Vaara ym:n (2006) mukaan legitimitettä edeltää diskursiivinen kamppailu (Suddaby & Greenwood 2005, Vaara ym 2006). Legitimaatiota kriittisen diskurssianalyysin tai narratiivisen analyysin keinoin on tarkasteltu erityisesti organisaatioiden muutostilanteissa (Erkama & Vaara 2010, Landau ym 2014). Johdon käyttämää retoriikkaa on tarkasteltu myös kriittisestä näkökulmasta, jossa huomio kiinnittyy puheenvuoroissa syntyviin valta-asetelmiin (Suddaby & Greenwood 2005, Castello & Lozano 2011) ja Vaara ym. (2006) ja ovat Van Leeuwenin jaottelun pohjalta tunnistaneet viisi diskursiivisen legitimaation strategiaa, jotka ovat normalisointi, auktorisointi, ratinalisointi, moralisointi ja narratisointi. Siltaojan (2009) tutkimuksessa näitä diskursiivisen legitimaation strategioita tarkasteltiin sanomalehtien yritys vastuun yhteydessä, ja todettiin että organisaatioissa käydään jatkuvaa kamppailua oikeasta tai parhaasta tavasta toimia vastuullisesti, ja erityisesti kuinka yhteiskuntavastuuta rakennetaan myös kiistanalaisten käytäntöjen avulla - eli kuinka kielellisesti rakennettujen mielikuvien ja metaforien avulla tiettyjä käytäntöjä legitimoidaan samalla kuin toisia delegitimoidaan (Siltaoja 2009).

Diskursiivisen legitimaation tutkimukseen sijoitan myös medialegitimaation tutkimuksen. Mediavälitteisessä yhteiskunnassa tiedotusvälineillä on ollut merkittävä rooli yhteiskunnallisten huolien esilletuonnissa ja esillä pitämisessä (esim. Campbell 2007). Media toimii eräänlaisena moraalinen- ja portinvartijana valitessaan ja määrittäessään mitkä asiat ovat tärkeitä nostaa julkisuuteen (ks. esim. Nielsen 2014). Bitektine (2011) määrittelee medialegitimaation ensinnäkin areenana jolla organisaatioiden legitimitettä suuren yleisön edessä voidaan arvioida, toiseksi media itse omalla toiminnallaan suorittaa legitimitetin valvontaa ja lisäksi media tarjoaa taistelulentän, jossa

pyrkimyksiä instituutioiden ja organisaatioiden delegitimointiin voidaan toimeenpanna ja kiistoja yhteiskunnallisista normeista ja säännöistä käydä. Myös Deephouse & Suchman(2008) kiinnittivät huomiota median erityiseen kaksoisrooliin sekä indikaattorina koko yhteiskunnan tason legitimaatiosta että legitimitietin lähteenä sinänsä. Kaksoisrooli erityisen merkittävää silloin kun kyseessä on arvostetut uutisvälineet kuten New York Times tai Wall Street Journal (Deephouse & Suchman 2008, 56). Teoreettisesti tarkasteltuna arvostetut uutisvälineet todennäköisesti vaikuttavat siihen mitä niiden oletetaan mittaavan, koska niitä tuottavat ja niitä tuotetaan yhteiskunnalliselle eliitille, sellaiseksi haluaville ja tätä kautta valtavirtakulttuuriin. Arvovaltainen media usein määrittää agendan myös muulle medialle, ja ne ovat rutiininomaisia kohteita organisaatioille legitimitietin rakentamisessa tai korjaamisessa. Lisäksi, muutamien poikkeuksin, arvovaltainen media on kulttuurisesti konservatiivista, toimii yhteiskunnassa stabilisoivana voimana ja ehkä pahentaa eroavuuksia legitimiin ja illegitimiin toimijoiden välillä (emt.).

Median erityistä roolia legitimaation julkisena näyttämönä voidaan tarkastella viestinnän julkisuusteorian kautta, jota seuraava alaluku käsittelee. Erityistä huomiota kiinnitän median tarjoamaan tilaan julkiselle keskustelulle, arvioinnille yleisesti sopivista arvoista, uskomuksista ja normeista, joiden puitteissa organisaatioidenkin toimintaa arvioidaan.

2.2 Julkisuusteoria

Edellisessä luvussa kerroin kuinka legitimaatio on viestinnällinen prosessi, jossa organisaatiot rakentavat toiminnalleen oikeutusta. Tämä prosessi on tänä päivänä mediavälitteistä, ts. medialla on merkittävä rooli sekä yhteiskunnallisten arvojen luotaamisessa että erityisten (uutisellisesti) merkittävien epäkohtien tai kiistojen esilletuonnissa. Kaiken viestinnän, myös mediaviestinnän, muuttuessa entistä osallistuvammaksi ja vuorovaikutteisemmaksi, saavat entistä useammat sidosryhmät ja näkökulmat äänensä kuuluville. Tähän uudenlaisen viestintäympäristön tarkasteluun käsitteitä tarjoaa viestinnän tutkimuksen julkisuusteoria.

Julkisuusteoria tarkastelee julkisuuden luonnetta, ideaaleja ja käytäntöä. Julkisuuden käsite pohjautuu jo antiikin Kreikkaan, jossa yhteisistä asioista keskusteltiin kaikille avoimessa tilassa tasavertaisina (Thompson 1993). Julkisuusteorian tunnetuin käsitteittä on Jürgen Habermas (Heikkilä & Kunelius 2009), joka tuotannossaan on käsitellyt julkisuuden muodostumista ja rakennemuutosta. Tässä luvussa kuvaan julkisuusteoriaa habermasilaisuudesta sen kritiikkiin, ja keskityn erityisesti agonistiseen julkisuuskäsitykseen, joka soveltuu modernin verkkojulkisuuden tarkasteluun.

2.2.1 Habermasin perinne ja sen kritiikki

Habermasilaisessa julkisuus -määrittelyssä yhdistyy käsitteet julkisuudesta jonkin tekemisenä huomionalaiseksi ja näkyväksi (*publicity*) sekä ehtona

jonkin julkisena olemiselle, näkyvyytenä, saavutettavuutena, legitimointina (*publicness*). Jotta demokratia voisi toimia kunnolla, tarvitaan aktiivista julkista keskustelua. Jürgen Habermasin (1991) mukaan käsite ”julkinen sfääri” (*public sphere*) tarkoittaa yhteiskunnallista areenaa jossa yksityiset ja julkiset intressit ja tavat kohtaavat ja jossa julkinen mielipiteenmuodostus on mahdollista. Toteutuakseen julkisen sfäärin on täytettävä seuraavat ehdot: pääsy on avointa ja taattua tasapuolisesti kaikille kansalaisille, ja muodostuvan julkisen mielipiteen tulee vaikuttaa, tarkkailla ja valvoa julkishallinnon toimintaa. Tällainen julkinen sfääri, tai ainakin osa siitä, tulee eläväksi jokaisessa rajoittamattomassa keskustelussa, jossa osallistujat keskustelevat julkisista ja yleisesti kiinnostavista asioista (Habermas 1991). Habermasin alun perin luoma käsite ”porvarillisen julkisuuden sfääri” (*bourgeois public sphere*) on viime aikoina on korvautunut ”mediavälitteisellä julkisella sfäärillä” (*mediated public sphere*), korostaen sitä kuinka suuret mediayhtiöt hallitsevat julkista elämää ja siten muuttavat aiemmin tiedonvälitykseen ja debattiin keskittyneestä julkisuudesta tilaksi jota yritysten valta manipuloi (Habermas 1991, Dahlberg 2005, Dean 2005.)

Tässä mediavälitteissä julkisuuden tilassa kansalaisyhteiskunnan ja valtion välissä kansalaiset voivat osallistua julkiseen keskusteluun. Julkinen keskustelu on jatkumo, jonka muodostavat kielelliset teot, jossa media toimii välittäjänä ja joka koskee sosio-kulttuurisesti merkittäviä aiheita. Habermasin ihanteiden mukaisesti tämän keskustelun tulisi olla kriittis-rationaalista, eli deliberatiivista (Thompson 1993, Habermas 1991). Varhaisessa tuotannossaan (1973, sit 1992, 88) Habermas esitteli ideaalin puhetilanteen käsitteen. Ideaali puhetilanne perustuu viestinnälliselle rationaalisuudelle, on häiriötöntä, vääristelemätöntä ja vapaa kaikenlaisesta vallankäytöstä. Näiden ideaaliolosuhteiden vallitessa deliberatiivinen prosessi johtaa yhteiseen ja kattavaan sopimukseen. Habermas on myöntänyt ihanteiden ja ehtojen ongelmallisuuden, ja sen, että käytännön rutiinipäätökset tehdään valtakeskuksissa, ja on todennut, että silloin kun kyseessä on kaikkia koskettavat ja normatiivisesti merkittävät kysymykset, julkisen sfäärin tulisi ottaa mukaan toimijoita myös periferioista - kuten kansalaisjärjestöistä ja muualta ruohonjuuritasolta (Habermas 2006).

Myöhemmin Habermas myös on painottanut pluralismin merkitystä, sitä kuinka massajulkisuus tai -yleisö on sisäisesti eriytynyttä ja kyvykäs vastustamaan joukkoviestinnän välittämiä yhteiskunnan representaatioita ja luomaan omat poliittiset interventionsa (Habermas 1992, tulkinta Downey & Fenton 2003). Valtaryhmittymillä ja medialla on kuitenkin päärooli deliberaation vahvistajana, ja nämä valtaapitävät ottavat huomioon kaikkien osallistujien pyrkimykset mobilisoida heille relevantteja aiheita vain jos he ovat halukkaita noudattamaan vallanpitäjien sääntöjä (Habermas 2006).

Habermasilaisia ihanteita julkisesta sfääristä ja ideaalista puhetilanteesta on sovellettu useissa diskurssiorientoituneissa yritysten ja yhteiskunnan välisiä suhteita tarkastelevissa tutkimuksissa (Baur & Palazzo 2011, Gilbert & Rasche 2007, Scherer & Palazzo 2007, Unerman & Bennett 2004) ja verkkovuorovaikutuksen tutkimuksissa (esim. Dahlberg 2001a, Papacharissi 2002). Näitä ihanteita on kuitenkin myös laajasti kritisoitu (esim. Brady 2004,

Fraser 1990, Fuchs 2014, Malmberg 2012). Thompsonin (1993) mukaan kritiikki on kohdistunut etenkin Habermasin näkökulman ideaalisuuteen ja kapeuteen: vaikka kyse oli periaatteessa kaikille avoimesta pääsystä, keskittymällä porvarillisen julkisuuden muodostumiseen, ja niihin joilla varallisuuden ja koulutuksen ja myös sukupuolen myötä on ollut mahdollisuus siihen osallistua, on muu julkinen keskustelu ja sosiaalinen liikehdintä poissuljettu. Näiltä osin Habermas onkin myöntänyt kuvauksensa vaativan tarkistusta (Thompson 1993, 180-182). Laclau ja Mouffen mukaan kuitenkin (1985; xvii) "julkinen sfääri joka on ei-poissulkeva ja rationaaliseen argumentointiin pohjautuva on käsitteellinen mahdottomuus". Mouffe väittääkin, että koska valta ja vastakkainasettelu ovat aina läsnä julkisessa tilassa, on mahdotonta - ei ainoastaan empiirisesti vaan myös teoriassa - poistaa kaikki vapaan ja omaehtoisen julkisen keskustelun esteet. Mikä tahansa konsensus poliittisissa tai yhteiskunnallisissa kysymyksissä on aina vain väliaikaisen hegemonian tilapäinen tulos, ja tämä jo lähtökohtaisesti sulkee pois nonkonformistisen ajattelun. (Mouffe 1999). Rationalistisen konsensushakuisuuden sijaan demokratian tulisi rakentua jatkuville vastakkainasettelun ja kiistelyn prosesseille (Mouffe 1999). Mouffelle julkinen sfääri onkin agonistinen tila, joka sallii erimielisyyden osoitukset ja jossa hegemonian peittämät ja kätkevät ajatukset pääsevät esille (ks. myös Karppinen 2007, Carpentier & Cammaerts 2006).

2.2.2 Agonistinen pluralistinen julkisuus

Agonistisella ja pluralistisella julkisuudella kuvataan demokraattista sosiaalisuutta jossa kiistely on jatkuvaa ja välttämätöntä, ja vaikka konfliktit olisivatkin epätoivottavia, ne nähdään kuitenkin tilanteina, joihin yhteiskunnallisten instituutioiden täytyy mukautua ja sallia tiloja, joissa intohimo ja kiistelevä vuorovaikutus vastapuolten välillä on mahdollista (Laclau & Mouffe 1985, Mouffe 1999). Agonismilla voidaan myös viitata taitoon saada nämä vastapuolten näkemykset esille ja keskusteltavaksi, ja siten avoin erimielisyys keskustelussa merkitsee myös keskinäisten valtasuhteiden paljastamista (Carpentier & Cammaerts 2006).

Agonistisen ajattelun juuret ovat antagonismin käsitteessä. Sillä viitataan perustavanlaatuisen näkemykseen demokratiasta ja julkisesta keskustelusta vastakkain asettelevana väittelynä, jossa tavoitteena on saavuttaa konsensus, päätös joka tyydyttää kaikkia osapuolia (Laclau & Mouffe 1985). Tutkimuksessa päivittäisestä poliittisesta viestinnästä suoran demokratian vallitessa (Windish 2008) käy ilmi, että julkinen keskustelu on luonteeltaan usein vastakkain asettelevaa ja että argumentointi on vuorovaikutusprosessi jossa yhteisesti kiistetään sarja vastakkaisia viestejä.

Nykyisen ajattelun mukaan kuitenkin sen sijaan että erimielisyys nähdään antagonismina, konfliktina vihamiesten välillä, se tulisi nähdä agonismina, mielipide-erona vastapuolten kesken. Mouffen (2004) mukaan demokratian tehtävänä on muuttaa antagonismi agonismiksi. Agonistisessa julkisuudessa yhteiskunnalliset epätasa-arvoisuudet eivät ole "sulkeistettuja" vaan ne tulisi

yksiselitteisesti tematisoida ja organisoida tunnistettavien yhtäläisyyksien ja kiinnostusten ympärille. Agonistinen näkökulma siis ottaa huomioon valtasuhteet ja epävarmuudet, jotka antagonistisen näkökulman vuoksi jäävät deliberatiivisen mallin ulkopuolelle, ja siten jättää tilaa erimielisyydelle ja monimuotoisuudelle. Mouffin mukaan agonismi haastaa valta-asemat, kunnioittaa monimuotoisuutta ja suojaa liian varhaiselta ja osittaiselta päättämiseltä. Siten demokraattisten rakenteiden tulisikin maksimoida ihmisten ja ihmisryhmien mahdollisuudet puolustaa kantaansa (olipa se mikä tahansa) hylkäämättä niiden emotionaalisia ja ei-rationaalisia osatekijöitä saavuttaakseen hämärän (*elusive*) ja kohtalaisen konsensuksen (Mouffe 1999, Knops 2007, Ferreti & Rossi 2013).

Agonistisessa pluralismissa tiedostetaan, että yhteisymmärrykseen pääseminen habermasilaiden normien pohjalta on utopistista. Agonistisen näkemyksen mukaan deliberatiivinen demokratia kuitenkin tukahduttaa eriävät näkökulmat konsensuksen nimissä sen sijaan että sallittaisi niiden esilletuonti (Mouffe 1999). Antagonismin eli vastakohtaisuuksiin jumiutumisen välttämiseksi neuvottelun on kuitenkin pohjattava vuorovaikutteisudelle ja kunnioitukselle toisen vapaata mielipiteen ilmaisua kohtaan. Juuri kunnioitus ja ilmaisun vapaus erottavat agonismin vastakohtaisuudesta ja ristiriitaisuudesta, ja aito vuorovaikutteisuus voi toteutua.

Mouffalainen agonistinen pluralismi on käsite, jonka keskiössä on sekä konflikti että valta. Agonismilla siis viitataan niihin konflikteja tuottaviin muotoihin joita pluralistinen yhteiskunta synnyttää ja jossa pelkistymättömät erimielisyydet vallitsevat. Mouffin määritelmän mukaan agonismi onkin kamppailua vastapuolten välillä, jossa demokraattisen politiikan tavoitteena tulee olla tunnistaa tarve tarjota kanavia joiden avulla kollektiiviset intohimot voidaan tuoda julki ja samanaikaisesti mahdollistaa identifikaation muodot joissa vastustaja ei leimaudu viholliseksi vaan vastapuoleksi. (Mouffe 2000, 126-127).

Agonistinen pluralismi siis luopuu rationaalisen konsensuksen mahdollisuudesta ja siten antaa tilaa eri osapuolten mielipiteille ja haluille, sekä korostaa vuorovaikutuksen välttämättömyyttä ryhmien välillä. Moniäänisessä kiistelyssä eri mieltä olevat ryhmät eivät yritä saavuttaa kompromissia tai konsensusta, vaan etsivät yhteistä perustaa jotta voidaan ylläpitää demokraattisia prosesseja sisällyttämällä ja kanavoimalla intohimoiset näkemykset, sen sijaan että niitä väisteltäisi tai poissuljettaisi. Tämä yhteinen perusta luodaan jaetussa symbolissa tilassa, missä siedetään oikeutta puolustaa erilaisia näkökulmia ja ideoita. Esimerkin nykyaikaisesta kiistelystä tarjoo verkkojulkisuus.

2.2.3 Postmoderni verkkojulkisuus

Viime vuosina verkkovuorovaikutus on noussut julkisen sfäärin tutkimuksen keskeiseksi ja kiistanalaiseksi aiheeksi (esim. Carpini ym 2004). Lincoln Dahlberg esittää, että habermasilaisia ihanteita (ts. julkisuus perustuu

avoimeen, perusteltuun ja refleктоivaan kommunikaatioon) seuraavan ajattelun mukaan internet on nähty tilana, joka mahdollistaa kohtaamisia ja erilaisia kannanottoja, ja siten laajentaa julkista sfääriä (Dahlberg 2007). Muut tutkijat ovat edelleen kehittäneet tätä näkökulmaa, muun muassa korostamalla sitä kuinka internet ja sen keskustelufoorumit ovat potentiaalisesti arvokkaita välineitä tai väline-spesifejä materialisoitumia, joissa voi luoda ja ylläpitää kriittistä julkisuutta (esim. Barton 2005). Poor (2010) tarkensi verkkojulkisuuden luonteen seuraavien kriteerien mukaan: 1) julkisuus muodostuu mediavälitteisistä keskustelun tiloista 2) julkisuus antaa tilaa uusille, aiemmin poissuljetuille keskustelijoille 3) käsiteltävät asiat ovat usein luonteeltaan poliittisia 4) ideoita arviotaan niiden sisällön eikä esittäjien mukaan.

Tutkimuksissa on kuitenkin myös tuotu esille useita merkittäviä tekijöitä, jotka rajoittavat avointa ja reflektiivistä keskustelua, kuten epätasa-arvoiset pääsyn ja osallistumisen mahdollisuudet ja keskustelun ei-reflektiiviset piirteet (esim. Dahlberg 2001a). Dahlbergin mukaan habermasilaisten ihanteiden perusteet pitäisikin uudelleen problematisoida ja asetella niin, että ongelmakohdat (valtasuhteet, rationaalisuusvaateen inter-subjektiivisuus, erimielisyyden arvostus, samanmielisten ryhmien asema demokratiassa) käsitteellistetään uudelleen. Vain tällä tavalla voidaan deliberaation merkitys demokratialle säilyttää, mutta poistaa konsensuksen tavoittelu olemasta tärkein päämäärä. Omaksumalla tällainen näkemys konsensuksen roolista, voidaan keskittyä niihin tapoihin joilla internet helpottaa vastadiskurssien kehittämistä ja laajentamista ja eri diskurssien välistä kiistelyä (Dahlberg 2007).

Verkko on siis tarjonnut kansalaisille uuden osallistumisen kanavan. Tämä suurempi kanava on tutkimuksissa usein yhdistetty lisääntyneeseen kansalaisten sitoutumiseen (*civic engagement*) (Carpini ym. 2004, Livingstone ym. 2007, Papacharissi 2006). Vaikka tämän sitoutumisen luonne ja erityisesti sen vaikutukset (esim. Dahlberg 2001a, Carpentier & Cammaerts 2006, Dean 2005), sekä verkon rooli demokraattisen keskustelun paikkana (Matikainen, 2012) vielä ovatkin kiistanalaisia, voidaan yleisellä tasolla nojata määritelmään, jonka mukaan homogeenista julkisuutta edellyttävä demokratia estää pluralismin mahdollisuuden, ja tällöin verkkoa kannattaa tarkastella nimenomaan areenana joka sallii pluralististen näkökulmien esille tulon (Marden 2003, sit. Sinepokova 2006). Kun tämä oletamus pluralistisesta areenasta yhdistetään Mouffen ajatuksiin agonistisesta demokratiasta ja poliittisen erimielisyyden välttämättömyydestä, ja ottamalla postmoderni perspektiivi julkisuuteen, pääsemme verkkoareenoita tarkastelemalla tutkimaan todellisuuden paradoksaalista luonnetta ja viestintäteknologia on tuonut lisää mahdollisuuksia täydennyksille ja vastakohtille.

2.2.4 Verkkokeskustelut ja sosiaalinen media

Verkkojulkisuus muodostuu monista erilaisista keskustelun ja osallistumisen tiloista (Papacharissi 2002). Tällaisia tiloja ovat aina ensimmäisestä viestien lähettämisen mahdollistamasta 1970-luvun lopun Usenet-verkosta blogeihin, ja 2000-luvun virtuaalisiin maailmoihin ja nykyisin suosittuihin Facebookin

kaltaisiin sosiaalisiin verkostoihin. Termi ”sosiaalinen media” pitääkin sisällään käsityksen sekä Web 2.0 –teknologiasta, joka mahdollistaa laajan osallistumisen helppokäyttöisten palvelujen muodossa, että käyttäjien tuottamasta sisällöstä (*User Generated Content*), jolla tarkoitetaan vuorovaikutteista, vapaaehtoista ja julkisesti saatavilla olevaa monipuolista verkkosisältöä. Kaplan ja Haenlain (2010) summaavat sosiaalisen median tarkoittavan internet-pohjaisia palveluja ja sovelluksia, jotka ovat rakentuneet Web 2.0 ideologian ja teknologian pohjalle ja jotka mahdollistavat käyttäjien tuottaman sisällön luomisen ja jakamisen. Sosiaalisen median palvelut he ovat luokitelleet kuuteen kategoriaan: blogit, kollaboratiiviset projektit (kuten Wikipedia), sosiaaliset verkostot (kuten esimerkiksi Facebook), sisällönjakoyhteisöt (kuten esimerkiksi Youtube), virtuaaliympäristöt (esimerkiksi Second Life) sekä virtuaaliset pelimaailmat (esimerkiksi World of Warcraft). Kollaboratiivisilla projekteilla tarkoitetaan verkkopalveluja joissa käyttäjien on mahdollista lisätä, poistaa ja jakaa (tekstipohjaista) sisältöä tai linkittää ja arvioida mediasisältöjä. Sisällönjakoyhteisöt taas perustuvat käyttäjien tuottaman sisällön (tekstien, kuvien, videoiden, esitysten jne.) jakamiseen (Kaplan & Haenlain 2010, 60-63).

Verkossa löytyvät nimenomaan keskusteluun tarkoitettut tilat voidaan nähdä jatkumona jo Habermasin ajatuksille kahviloista merkittävänä julkisen keskustelun tiloina (Dahlberg 2001a, Wright & Street 2007, Ruiz ym. 2011). Verkon keskustelufoorumit ovat hyvin erilaisia ja vuorovaikutus niissä on monimuotoista. Keskustelufoorumit voivat olla tiloja jotka ovat nimenomaan suunniteltu jotain tiettyä keskustelua varten (esim. politiikka, joku yhteinen harrastus), tai ne voivat olla yleisen keskustelun tiloja joissa teemat luontaisesti vaihtelevat päivästä ja aiheesta toiseen (Stromer-Galley 2002, Dahlberg 2001b). Verkkokeskusteluilla on omia erityispiirteitä ja yksi niistä on internetissä perinteisesti käytössä ollut anonymiteetti. Usein keskusteluun voi osallistua nimimerkin suojissa, oman todellisen henkilöllisyytensä, ikänsä, asemansa ja sukupuolensa salaten. Tämä anonymiteetti on keskustelun kannalta sekä hyvä että huono asia: arkaluontoiseenkin ja mielipiteitä jakavaan keskusteluun voi olla helpompi osallistua, mutta toisaalta on myös helpompi esittää räväköitä tai katteettomia argumentteja joutumatta niistä kunnolla vastaamaan (Papacharissi 2004). Keskustelupalvelut määrittävät säännöillään ja ohjeillaan sitä, että keskustelu noudattaa lakia ja yleisesti hyväksyttyä käyttäytymistä, ja vielä erikseen verkkokäyttäytymistä, netikettiä.

Erityisen suosittu ja helpon tavan osallistua ajankohtaisista kysymyksistä käytävään keskusteluun muodostavat uutiskeskustelut, tiedotusvälineiden omien sisältöjensä (uutis- ja tausta-artikkeleiden tai audiovisuaalisten esitysten) yhteydessä verkkopalveluissaan tarjoamat kommentointimahdollisuudet (Ruiz ym 2011, Franquet ym 2011). Näillä kommenttifoorumilla lukijat voivat kommentoida, täydentää, korjata tai haastaa toimituksellista aineistoa, samalla alustalla missä alkuperäinen artikkeli tai muu sisältö on julkaistu. Uusien tutkimusten mukaan nämä kommenttifoorumit ovat kaikkein suosituin julkisen verkko-osallistumisen muotoa (Ruiz ym. 2011, Weber 2014, Ziegele ym. 2014), jopa siinä määrin, että

verkossa julkaistut artikkelit ilman kommenttimahdollisuutta ovat tulleet harvinaiseksi ja alkanet näyttää epäilyttäviltä (Reich 2011, viit. Ziegele ym. 2014). Tämä kommentoinnin mahdollistaminen voi liittyä yhtä hyvin uutisorganisaatioiden brändin- tai lojaliteetin rakennustarpeisiin, kuin aitoon haluun tarjota kanava yleisön osallistumiselle ja vuorovaikutukselle (Braun & Gillespie 2011, Noci ym 2010).

Osallistuminen keskusteluun verkkojulkisuudessa on siis mahdollista yhä useammalle ja yksilöiden tiedonsaanti on helpottunut. Yksilöllisten mahdollisuuksien lisääntymisen lisäksi myös kollektiivisen toiminnan mahdollisuudet kasvavat. Marresin (2005) mukaan tietyistä teemoista voi tulla julkisia asioita vasta sitten kun suuri yleisö tarttuu niihin. Etenkin kun kyseessä on marginaaliset tai alistetut yhteiskuntaryhmät, on internetin tarjoamilla mahdollisuuksilla väitetty olevan merkittävä rooli voimaantumisessa (Poell 2009). Verkko, ja sen eri foorumeilla käytävä yhteiskunnallinen ja poliittinen keskustelu voidaan nähdä myös näyttämönä, jossa kollektiivisia identiteettejä rakennetaan. Näin siis tutkimalla sitä millaisia diskursseja ihmisten arkikeskusteluissa rakentuu nettifoorumeilla, päästään käsiksi nykyajassa rakentuviin kollektiivisen identiteetin muodostusvälineisiin, toimivan subjektin asemiin ja toiminnan mahdollisuusehtoihin - diskurssiteorian kautta, jota käsittelem seuraavaksi.

3. Diskurssiteoreettinen tutkimusote

Organisaatioiden legitimiteetti siis rakentuu ajan kuluessa kun ne pyrkivät hankkimaan toiminnalleen ja käytännöilleen kannatusta ja sopeutumaan vallassa oleviin arvoihin. Tätä arvojen luotausta ja kannatuksen hankkimista on toteutettu julkisuudessa. Tänä päivänä julkisuus on entistä vuorovaikutteisempaa ja mahdollistaa yhä useammille osallistumisen julkiseen keskusteluun. Tätä julkista keskustelua tarkastelen diskurssiteorian tarjoamalla välineillä.

Diskurssin käsitteellä laajasti tarkoitetaan kielenkäyttöä osana sosiaalista toimintaa, mutta se voi viitata myös ilmiön, tiedon ja todellisuuden vakiintuneisiin merkityksellistämisen tapoihin ja näiden merkitysten muotoutumiseen. Tutkimuksellisesti diskursseilla yleensä tarkoitetaan sen tutkimista miten kieltä käytetään rakentamaan yhteiskunnallista ja kulttuurista todellisuutta eli kielenkäytön ilmaisuja teksteissä ja keskusteluissa (esim. Fairclough 1995). Erityisesti ”faircloughilaiset” kriittiseen diskurssianalyysiin (CDA) pohjautuvat suuntaukset käsittelevät diskursseja semioottisina järjestelminä, jotka ovat vain yksi sosiaalisten käytäntöjen ulottuvuus, ja käsityksemme sosiaalisesta todellisuudesta muokkaantuu sekä diskursiivisten, että muiden käytäntöjen (esimerkiksi taloudellisen logiikan mukaisten) yhdistelmänä. Laclau-mouffelaisessa diskurssiajattelussa korostuu näkemys siitä, että ei tehdä erottelua sosiaalisen todellisuuden diskursiivisten ja ei-diskursiivisten käytäntöjen välillä, vaan diskursseihin sisältyy myös kaikki esimerkiksi taloudelliset, rakenteelliset ja institutionaaliset osa-alueet (Jørgensen & Phillips 2002, 18-19.) Myös organisaatiot rakentuvat diskursseissa ja diskursseja tutkimalla pyritään ymmärtämään niitä sosiaalisia prosesseja joihin organisaatioiden toiminta perustuu (Fairhurst & Putnam 2004, Phillips ym. 2004, Phillips & Oswick 2012).

Diskurssiteoreettiset lähestymistavat pohjautuvat sosio-konstruktivistiseen tieteenfilosofiaan ja poststruktuurialiseen lingvistiseen filosofiaan, jonka mukaan pääsemme käsiksi todellisuuteen aina kielen kautta (Keller 2013, 3, Jørgensen & Phillips 2002, 5). Kielen avulla rakennamme todellisuudesta representaatioita, jotka koskaan eivät ole vain heijastuksia ennalta olevasta todellisuudesta vaan ovat mukana rakentamassa tätä todellisuutta. Tämä ei tarkoita sitä, etteikö todellisuutta sellaisenaan olisi olemassa, sillä merkitykset ja representaatiot ovat todellisia. Fyysiset objektit myös ovat ”olemassa”, mutta ne saavat merkityksensä diskurssien kautta. Kieli siis ei ole pelkästään kanava jonka kautta välitetään tietoa taustalla piilevistä mielentiloista tai tosiasioista. Päinvastoin, kieli ja kielenkäyttö ovat ikään kuin ”laite” (*machine*) jonka avulla

sosiaalinen maailma tuotetaan ja muodostetaan. Tätä kautta muodostetaan myös sosiaaliset identiteetit ja sosiaaliset suhteet. Tämä tarkoittaa sitä, että diskursseissa tapahtuvat muutokset ovat keino jolla sosiaalista maailmaa muutetaan. Kampailut diskurssiivisella tasolla ottavat osaa sosiaalisen todellisuuden muuttamiseen ja uudelleen tuottamiseen. (Laclau & Mouffe 1987, Jorgensen & Phillips 2002, 18-20).

3.1 Sosiaalinen konstruktionismi ja jälkistrukturalistinen tutkimusote

Konstruktionistisen tieteenfilosofisen näkökulman mukaan sen kokijoista irrallista ulkoista todellisuutta ei ole (tai sillä ei ole merkitystä), ja tieto kaikesta todellisuudesta siten syntyy sitä kerätessä ja jaettaessa. Jokainen yksilö siis rakentaa omien kokemustensa kautta tietämystään ja jakaa sitä sosiaalisessa vuorovaikutuksessa. Tämä vuorovaikutusta painottava sosiaaliskonstruktionistinen näkökulma painottaa viestinnällisiä käytäntöjä, joiden kautta tieto ajan kuluessa rakentuu, eikä näin muodostuva tieto heijasta objektiivista ulkopuolista maailmaa. Kaikki, mitä maailmasta tiedämme, määrittyy politiikan, arvojen, ideologioiden, uskomusten, kielen yms. kautta. (Lincoln & Guba 2013, Jorgensen & Phillips 2002, 8-23.)

Sosiaalinen konstruktionismi on sateenvarjotermi laajalle valikoimalle teorioita kulttuurista ja yhteiskunnasta. Vaikka sosiaalinen konstruktionismi terminä onkin laaja, kaikkia sen suuntauksia yhdistää kriittinen suhtautuminen itsestään selvänä pidettyyn tietoon, yhteys tiedon ja sosiaalisten prosessien välillä sekä tiedon ja sosiaalisen toiminnan välinen yhteys. Tämä tarkoittaa, että tietoaamme maailmasta ei tulisi pitää objektiivisena totuutena ja että pääsemme käsille totuuteen/todellisuuteen vain erilaisten kategorioiden ja kategorisointien kautta eli tietomme ja representaatiomme maailmasta eivät ole heijastumia todellisuudesta "jossain tuolla", vaan ne ovat kategorisoinnin - eli diskurssien - tuottamia. Näkemyksemme ja tietomme maailmasta ovat ihmisten välisten historiallisesti ja kulttuurisesti paikantuneen vuorovaikutuksen tuotteita. Diskurssi on sosiaalisen toiminnan muoto jolla on rooli sosiaalisen maailman tuottamisessa - johon kuuluu tieto, identiteetit ja sosiaaliset suhteet - ja tiettyjen sosiaalisen mallien ja tapojen ylläpitämisessä (Phillips & Hardy 2002, Fairclough 2003). Yhteiskunta on ihmisten sosiaalisesti tuottama todellisuus, ja tärkein tätä yhdessä luotavaa todellisuutta ylläpitävä mekanismi on keskustelu. Se ylläpitää todellisuutta epäsuorasti, harvoin keskustellaan nimenomaan maailman määrittelystä, vaan sitä käydään jo itsestään selvänä pidettyä taustaa vasten. Samalla kun keskustelu pitää yllä todellisuutta, se myös muuntaa sitä. Jotakin jätetään pois ja jotain muuta taas lisätään, jolloin joidenkin todellisuuden alueiden itsestään selvä luonne heikentyy toisten vastaavasti voimistuessa. Näin sosiaalinen maailma rakentuu diskurssiivisesti eli sen luonne ei ole ennalta-annettu tai ulkoisten ehtojen määrittämä ja että myöskään ihmisillä ei ole muuttumatonta ja autenttista luonnetta tai olemusta. Myös tapamme ymmärtää maailmaa syntyy ja sitä

ylläpidetään sosiaalisissa prosesseissa ja tietoa luodaan sosiaalisessa vuorovaikutuksessa joissa rakennamme yleisiä totuuksia ja kiistelemme siitä mikä on oikein tai väärin. Lisäksi myös tietyn maailmankuvan sisällä jotkut toiminnan muodot tulevat luonnollisiksi, toiset mahdottomiksi. Erilaiset ymmärrykset maailmasta johtavat erilaiseen sosiaaliseen toimintaan ja siten tiedon ja totuuden sosiaalisella rakentumisella on sosiaalisia ja yhteiskunnallisia seurauksia. (Gergen 1985, Berger & Luckmann 1966.)

Sosiaalisen konstruktionismin mukaan merkitykset ovat aina intersubjektivisia, yhteiskunnallisia ja diskursiivisia näkökulmia, ja niiden teoreettinen tarkastelu keskittyy keskusteluiden, retoriikan tai representatiivisten toimintojen analyysiin. Kieli, diskurssit ja tulkinnalliset repertuaarit ovat sosiaalisen todellisuuden ensisijaisia rakennuspaloja, sanat saavat merkityksensä jatkuvassa sosiaalisten suhteiden konteksteissa. Kieli ei pelkästään heijasta ulkoista, vaan kielellä myös rakennetaan jatkuvasti rakennetaan todellisuutta. Ei siis ole yhtä ja oikeaa "luonnollista" tai objektiivista ulkoista todellisuutta, vaan jatkuvaa kollektiivista neuvottelua (myöhemmin "kamppailua") erilaisten näkemysten ja niiden tulkintojen välillä. (Wetherell 1998, Laclau & Mouffe 1987).

Sosio-konstruktionistinen tutkimus suuntaa katseen yleensä niihin paikallisiin ja diskursiivisiin käytäntöihin joilla rakennetaan ja ylläpidetään sosiaalisia normeja, käsitteitä ja kategorioita (kuten subjektiviteetit, sukupuoli, kulttuuri, identiteetti, instituutiot, poikkeavuudet). Diskursiivisesti suuntautuneessa tekstien analyysissä tekstit käsitetään laajemmin kuin esim. tiettyinä dokumentteina, kulttuurisina teksteinä, joiden kautta todellisuutta rakennetaan, luodaan yhdessä ja manifestoidaan. Nämä kulttuuriset tekstit ovat täynnä tarinoita ja fragmentteja erilaisista puhetavoista. Tällaiset fragmentit rakentavat merkityskokonaisuuksia, joiden kautta analysoitava ilmiö tuodaan esille/representoidaan juuri tietynlaisena. (ks. Moisander & Valtonen 2006, 68-70).

Myös organisaatiotutkimuksessa tiedon sosiaalisesti rakentunut luonne on ollut suuntaus, joka täydentää tai korvaa perinteistä "tieteellistä menetelmää" (ajatus siitä että objektiivinen totuus on tuolla jossakin, ja siitä tehdään tarkkoja havaintoja ja näiden havaintojen tarkkoja määrällisiä tuloksia verrataan ennalta-asetettuihin hypoteeseihin, ja tämän vertailun tuloksena teoria vahvistuu, kumoutuu tai korjautuu). Tämän suuntauksen mukaan myös organisaatiot ovat kielellisessä vuorovaikutuksessa rakentuvia ilmiöitä, ja niitä tutkittaessa ei pyritä vaan kuvaamaan, mallintamaan tai ennustamaan niiden toimintaa, vaan tarkastelun kohteena on sosiaalisten kategorioiden ja merkitysten rakentuminen sekä institutionaaliset, yhteiskunnalliset ja poliittiset prosessit jotka osaltaan rakentavat organisaatioista juuri tietynlaisina ilmiöitä tiettyssä ajassa ja paikassa. (Nord ym 2006). Czarniawskan (2009) mukaan konstruktionismi organisaatiotutkimuksessa ymmärretään prosessina jossa jotakin rakentuu olemassa olevasta materiaalista tai ihmisten luomana sosiaalisena objektina. Myös Czarniawska painottaa tiedon ja tietämyksen kollektiivisuutta, erityisesti kun puhutaan oppivista organisaatioista (*organizational learning*), jossa ryhmä yksilöitä yhdistää tietonsa, taitonsa ja

kompetenssinsa yhteiseksi hyväksi. Organisaatiotutkimuksessa konstruktionistinen näkökulma on tärkeää erityisesti silloin kun halutaan ymmärtää kuinka organisaatiot syntyvät tai katoavat, sekä tarkasteltaessa muutosta. Tällöin on syytä tarkastella sitä miten tietyistä organisoitumisen muodoista on tullut ilmeisiä, kiinteitä ja rajattuja. Näin tutkittavaksi tulee mm. rutiinien muodostuminen, tuotantoprosessit ja työkäytännöt - mitä oikein valmistetaan ja myydään. Konstruktionistisella otteella tarkasteluun nousee myös paljastaminen (*unmasking*), tuodaan näkyville se mitä on unohdettu tai jätetty huomiotta (Czarniawska 2009).

Gergen (1985) painottaa dialogin merkitystä myös organisaatioiden rakentumisessa. Dialogit syntyvät julkisessa sfäärissä, ne ovat koordinoitua toimintaa, ne ovat kehollisesti ja kontekstiin juurtuneita, historiallisesti ja kulttuurisesti paikantuneita, ja niillä voi olla erilaisia, positiivisia tai negatiivisia tarkoituksia. Dialogien kautta voidaan synnyttää myös negaatioita (kieltämistä), syyllistämistä - ja niiden avulla kyseenalaistaa esimerkiksi tietyn organisaation tai organisaatioyksiköiden olemassaolo tai horjuttaa organisaation jäsenten yhteenkuuluvuuden tunnetta niihin. Erityisesti organisaatioiden diskursiivinen (tai organisaatiodiskurssien) tutkimus nojaa sosiaaliseen konstruktionismiin ja painottaa kielen merkitystä organisaatioiden luonnissa ja ylläpitämisessä. Diskursiiviset käytännöt eivät siis vain kuvaa asioita, vaan tekevät asioita (Potter 1996, Grant ym 2004).

Jälkistrukturalistisen ajattelun myötä konstruktionismissa painotetaan tieteellisen tutkimuksen ei-objektiivisia ulottuvuuksia, kuten esimerkiksi konseptien syntymistä, käsitteellistä työtä, selityksiä, väittämiä, argumentaatiota, konfliktien ratkaisua, tulosten tulkintaa, arviointia ja konsensuksen saavuttamista. Tämän tutkimusperinteen mukaan perinteisten tutkimusrakennelmien hyödyntäminen ilman reflektiota on hyödytöntä. Konstruktionismista ammentavien tutkijoiden tuleekin tarkkaan pohtia metodologisia valintoja: problematisoida aineistoa suhteessa tutkittavaan ilmiöön, tutkijan omia ennakko-oletuksia ja lähtökohtia. Konstruktionistinen tutkimus useimmiten onkin laadullista (Potter 1996, Silverman 1997, Moisander & Valtonen 2006).

Post/jälkistrukturalistinen tutkimuskäytäntö ei pyri tunnistamaan tutkittavien tai tutkimuskohteen vastauksista niiden essentialistisia tai yksilöllisesti privilegioituneita selontekoja jotka paljastaisivat "totuuden" tilanteesta. Sen sijaan painotus on tunnistaa merkitykset jotka ovat kontekstispesifisiä ja suhteessa vaikuttaviin vaihteleviin diskursiivisiin käytäntöihin. Nämä diskursiiviset merkitykset eivät koskaan ole neutraaleja, vaan kietoutuneita monimutkaisiin valtarakenteisiin. (ks. esim. Al-Amoudi & Wilmott 2011).

3.2 Laclau ja Mouffen diskurssiteoria

Organisaatiotutkimuksessa diskurssianalyysiä hyödyntävä tutkimusote on saanut jalansijaa 2000-luvulla. Fairhurst ja Putnam (2004) jaottelevat artikkelissaan tämän tutkimuksen kolmeen eri haaraan: niihin joissa organisaatiot nähdään valmiina kokonaisuuksina, joiden ominaispiirteet ja tulokset heijastuvat diskursseissa; niihin joissa organisaatiot nähdään jatkuvasti sopivuutta tavoittelevina (*state of becoming*) ja joita diskurssit muokkaavat; sekä niihin joissa organisaatiot nähdään toimintaan nojaavina, sosiaalisiin käytäntöihin ja diskursiivisiin muotoihin ankkuroituneina (Fairhurst & Putnam 2004). Näistä lähestymistavoista kolmas on lähellä aiemmin luvussa 2.1 mainittua kommunikatiivisen institutionalismin määritelmää, ja se voidaan myös nähdä eräänlaisena ylemmän tason analyysinä, jossa yhdistyy eri lähestymistavat (Fairhurst & Putham 2004, 16). Alvesson ja Deetz (2006) sijoittavat diskursseja painottavan tutkimuksen osaksi kriittistä ja postmodernia organisaatiotutkimusta, koska siinä painotetaan ihmisten ja todellisuuden sosiaalisesti rakentunutta luonnetta, korostetaan kielen merkitystä ja vältetään suuria narratiiveja ja funktionalistisia teoreettisia malleja. Postmodernismissä painottuu vallan ja tiedon/tietämyksen väliset yhteydet, asiantuntijaroolien puitteissa luotu hallinta sekä nykymaailman epävakaus ja hypertodellinen luonne sekä massamedian ja informaatioteknologian merkittävä rooli sekä narratiivien ja retoriikan nostaminen tutkimusprosessin keskiöön (Alvesson & Deetz 2006).

Erityisesti Laclau ja Mouffen diskurssiteorian selitysvoimaa on käsitelty muun muassa Wilmott (2005), joka painottaa Laclau ja Mouffen diskurssiteorian voimaa yhteiskunta- ja organisaatioteorian kehittämisessä. Wilmottin mukaan laclau-mouffalainen peruskäsitys siitä että sosiaalista todellisuutta on myös ennen diskursseja, mutta että tämä todellisuus (tai todellisuudet) tuotetaan, uudelleentuotetaan, muokataan ja esitetään aina artikulatoristen prosessien kautta ja hegemonisissa kamppailuissa tarjoaa näkökulman, jossa tarkasteltavien ilmiöiden ei oleteta olevan aiemmin sivuutettu tai väärintulkittu, vaan sen avulla päästään tarkastelemaan erityisesti alistussuhteita erilaisia yhteyksiä ja muotoja (Wilmott 2005).

Laclau-Mouffelaista lähestymistapaa organisaatiotutkimuksessa ovat hyödyntäneet esimerkiksi Spicer ja Böhm (2006) sekä Van Bommel ja Spicer (2011). Spicer ja Böhm tutkivat kuinka manageriaaliset diskurssit ovat tulleet yhteiskunnallisen liikehdinnän (*social movements*) myötä kollektiivisen kamppailun kohteeksi ja heidän mukaansa vastaavanlaista liikehdintää käydään myös työelämässä. Tutkimuksessaan he kehittävät manageriaalisten diskurssien vastarinnan teorian, jonka avulla pystytään tunnistamaan vastarintaliikkeet sekä analysoimaan näiden liikkeiden luonnetta ja olosuhteita joissa ne nousevat. Van Bommel ja Spicer (2011) tutkivat kuinka ns. ”slow food” liikehdintä muodostui ja sai jalansijaa nimenomaan diskursiivisen kamppailun myötä luomalla hegemonisia linkkejä ja siten onnistui mobilisoimaan mukaan uusia toimijoita. Näissä teoretisoinnissa keskeistä on laclau-mouffalainen hegemonian käsite (Spicer & Böhm 2006, Van Bommel & Spicer 2011).

3.2.1 Hegemonia ja merkityskamppailu

Laclau ja Mouffen diskurssiteorian lähtökohtana on poststrukturalistinen käsitys siitä että diskurssit rakentavat sosiaalista maailmaa merkityksellistämällä, ja että kieli ja sen tuottamat merkitykset ovat epävakaita eivätkä koskaan pysyviä. Mikään diskurssi ei voi olla suljettu entiteetti, vaan jatkuvasti muutoksessa ollessaan yhteydessä muihin diskursseihin. Täten heidän laclau-mouffelaisen diskurssiteorian peruskäsitteenä onkin diskursiivinen (merkitys)kamppailu. Eri diskurssit - jotka kukin heijastavat tiettyä tapaa puhua ja ymmärtää maailma - ovat jatkuvasti kamppailussa toistensa kanssa hegemoniasta, siitä miten merkitykset kiinnitetään kielenkäyttöön. Hegemonia ymmärretään tietyn näkökulman dominointina. (Jørgensen & Phillips 2002, Phelan & Dahlberg 2011.)

Laclau ja Mouffen diskurssiteoria/käsitys pohjautuu post-marxilaiseen yhteiskunnalliseen ajatteluun ja post-saussurelaiseen kielitieteeseen. Post-marxisteina he kritisoivat marxilaista erottelua materiaalien taloudellisten olosuhteiden, ehtojen ja tuotantovälineiden omistussuhteiden (*base*, materiaalis-taloudellinen pohja) sekä merkitystä tuottavien poliittisten insituutioiden (kuten valtio, lainsäädäntö, kirkko, media ja koulutusjärjestelmä) superrakenteen (*superstructure*) välillä. Kun Marxin historiallisessa materialismissa pohjan nähdään olevan täysin riippuvainen superrakenteista, ja ihmisten alitajunta muokkautuu yhteiskunnan taloudellisten rakenteiden pohjalta, post-marxilaiset teoreetikot, erityisesti Gramsci, pehmensivät tätä kantaa siten että katsotaan ryhmillä (kuten työväenluokka) on kyky tunnistaa oma tukahdutettu asemansa ja siten mahdollisuus alkaa työstää sitä poliittisesti. Gramsci väitti myös, että hallitsevat luokat yhteiskunnassa käyttävät diskursiivisia prosesseja superrakenteissa tuottaakseen populaarista suostumusta vallan ja vaurauden epätasajaolle; ja toi hegemonian käsitteen kuvaamaan tätä tietoisuuden ja identiteetin diskursiivista rakentumista. (Carpentier & Cammaerts 2006, Laclau & Mouffe 1985/2001, Townshend 2004, Phelan & Dahlberg 2011.)

Gramscilainen hegemonian käsite siis implikoi että superrakenteet ovat enemmän kuin vain materiaalisen todellisuuden heijastuma siinä mielessä että vaikka viime kädessä pohja määrittelee ihmisten intressit ja luokan, superrakenteet myös sinänsä luovat sosiaalista todellisuutta. Kirjassa ”Hegemony and Socialist Strategy” (1985/2001) Laclau ja Mouffe vievät Gramscin ajattelumallia eteenpäin purkamalla kokonaan yhteiskunnan jaon materiaalis-taloudelliseen pohjaan ja institutionaalisen superrakenteeseen. Heidän mukaansa ei ole olemassa materiaalista todellisuutta, tai pohjaa, joka jakaisi ihmisryhmiä luokkiin, vaan yhteiskunnan eri ryhmät ovat tulosta poliittisista ja diskursiivisista prosesseista. Tämä ei kuitenkaan tarkoita että ulkoista todellisuutta ilman riippumatonta eksistenssiä ei olisi. Kuitenkin se mitä havainnoimme todellisuudesta ja todellisten objektien luonteesta välittyy pelkästään diskursseissa. Ihmiset syntyvät maailmaan joka on muotoutunut diskursseissa eivätkä voi käsittää objekteja sen ulkopuolella. Tästä syystä diskursiivista ja ei-diskursiivista (superrakenne ja pohja) ei voi erottaa. Diskurssit tai poliittiset identiteetit eivät ole sosiaalisten tai tuotantosuhteiden

ilmentymiä, vaan hegemonisten kamppailujen tulos, ja nämä hegemoniset kamppailut ovat peräisin kaikkien sosiaalisten suhteiden antagonismista. Hegemoniaan kuuluu aina poliittisten voimien välinen kilpailu kannatuksesta tai identifikaatiosta. (Laclau & Mouffe 1985/2001, Townshend 2004.)

Diskurssiteorian ytimessä on se ajatus että kun kaikki sosiaaliset ilmiöt ovat diskurssivälitteisiä, niiden merkitykset eivät koskaan voi olla lopullisia. Laaja valikoima diskursseja, jotka kaikki rakentavat todellisuutta eri tavoilla, kilpailee sen määrittämisestä mikä on ”totta” tietyllä sosiaalisen elämän osa-alueella. Se miten ihmiset ymmärtävät nämä eri puolet on riippuvaista jatkuvasti käynnissä olevasta kamppailusta diskurssien välillä, ja käsitykset yhteiskunnasta ja identiteetistä ovat jatkuvasti avoimia uusille representaatioille kun merkitykset jatkuvasti muuttuvat ja uudelleenmuotoutuvat ollessaan kontaktissa kilpaileviin diskursseihin. (Jørgensen & Phillips 2002, 24-33.) Diskurssianalyysin tavoitteena ei siten olekaan löytää ”totuutta” todellisuudesta (esim. että mitä ryhmiä yhteiskunnassa on, tai miten ”hyvä” tai ”oikein” heidän ajattelunsa tai toimintatapansa on), vaan kuvata miten diskursiivinen kamppailu rakentaa tätä todellisuutta (esim. miten ihmiset ja ryhmät käsittävät identiteettinsä yhteiskunnassa) niin että se näyttäytyy luonnollisena ja neutraalina.

3.2.2 Subjektit, subjektipositiot, identiteetit, toiminnan ehdot

Subjektin käsite diskurssiteoriassa noudattaa Foucault'n ajatuksia, jonka mukaan subjektit luodaan diskursseissa. Kuitenkaan diskurssit eivät ”majesteettisesti paljasta subjektin ajattelua, tietämystä tai puhetta” (Foucault 1972, 55). Sen sijaan diskursseissa kieli tuo subjektin näkyville, puhuu sen kautta – ja siten yksilöt ja subjektit ovat väline kulttuuriin ja sen kieleen. Laclau ja Mouffen mukaan yksilölliset ja kollektiiviset identiteetit järjestyvät samanlaisten periaatteiden mukaisesti samoissa diskursiivisissa prosesseissa. Laclaulle ja Mouffelle ei ole olemassa ”todellisia” talouden määrittelemiä sosiaalisia suhteita, vaan ihmiset kutsutaan paikalle diskurssien kautta, ja subjektit tulisi ymmärtää subjektipositioina, toimija-asemina diskursiivisissa rakenteissa. Diskurssit määrittävät aina asemat jotka ihmiset voivat subjekteina vallata. (Laclau & Mouffe, 1985, 115.) Hyvänä esimerkkinä tästä on lääkärin ja potilaan asemat vastaanotolla, kumpaakin asemaa kohtaan on asetettu tiettyjä odotuksia miten toimia ja puhua.

Jälkistrukturalistisen ajattelun mukaisesti Laclau ja Mouffe ovat sitä mieltä että yksi diskurssi ei koskaan voi määrittänyt niin tiukasti että siitä tulee ainoa yhteiskuntaa järjestävä diskurssi, vaan pelissä on aina useampia, yhteentörmäviä diskursseja. Näin subjektikaan ei ole suvereeni, täysin itsenäinen vaan diskurssien määrittämä. Lisäksi subjekti on myös hajanainen, asemoitunut ei vaan yhdellä tavalla ja yhden diskurssin kautta, vaan useiden diskurssien muovaama. Laclaulle ja Mouffelle subjekti on aina myös ”ylimäärittynyt” koska diskurssit ovat aina satunnaisia: ei ole olemassa objektiivista logiikkaa joka osoittaa kohti yhtä toimija-asemaa. Toimija-asetmat jotka eivät ole näkyvässä ristiriidassa muiden asemien kanssa ovat seurausta

hegemonisista prosesseista, joissa vaihtoehtoiset mahdollisuudet ovat poissuljettuja ja tietty diskurssi on luonnollistunut. (Laclau & Mouffe, 1985, 47–59.)

Laclau-mouffelaisen diskurssiteorian mukaan ei ole olemassa objektiivisia ehtoja jotka määrittäisivät ne ryhmät joihin sosiaalinen tila on jaettu. Yksilöillä voi olla useita identiteettejä ja heillä on mahdollisuus identifioitua eri tavoilla annetuissa tilanteissa. Ryhmien muodostuminen tulisikin siis ymmärtää mahdollisuuksien pienenemisenä, jossa ihmistä muodostuu ryhmiä prosesseissa joissa jotkut identifikaation mahdollisuudet näyttäytyvät relevantteina ja toiset jätetään huomioimatta. Tämä prosessi tapahtuu vastaavuuden ketjuissa (*chain of equivalence*) vahvistamisen kautta. Ryhmien muodostumiset ovat aina sulkeumia keskeneräisellä alueella, kuten siis diskurssit yleensäkin, ja ne toimivat vain sulkemalla pois vaihtoehtoisia tulkintoja. Diskursiivisessa ryhmän muodostumisessa toiset – ne jotka identifioituvat ulkopuolisiksi – ja ryhmästä erilaiset jätetään huomioimatta. Näin kaikki muut tavat joilla ryhmä olisi voinut muotoutua myös jäävät pois, joten ryhmien muodostuminen on aina myös poliittista. (Laclau & Mouffe 1985/2001, 127- 134; Jorgensen & Phillips 2002, 40-45, Carpentier & Cammaerts 2006.) Vastaavasti, erilaiset ymmärrykset sosiaalisista eroista luovat tilaa erilaisille ryhmittymille.

Identiteettien ja ryhmien muodostumiseen tärkeänä elementtinä kuuluu myös representaatio. Koska ryhmät eivät ole sosiaalisesti ennalta määrättyjä, niitä ei ole olemassa ennen kuin diskurssit synnyttävät ne. Tämä edellyttää sitä, että joku puhuu ryhmästä tai sen puolesta. Representaatio tarkoittaa sitä että yksilöä voi edustaa valtuutettu, jos itse on fyysisesti poissa. Edustuksellisen demokratian ihanteiden mukaisesti ryhmän ja sitä edustavan valtuutetun välillä on yksimielisyys, ja valtuutettu ajaa ryhmän tahtoa. Laclau ja Mouffen mukaan ryhmät ovat aina satunnaisia erilaisista elementeistä koostuvia vastaavuuteen perustuvia konstruktioita. Ei siis ole niin, että ensin muodostuu ryhmä ja sitten sille edustus: vaan sekä ryhmä ja sen edustus rakentuvat yhdessä. Tämä tarkoittaa sitä, että ennenkuin joku puhuu ryhmästä tai sen puolesta, ryhmää ei ole olemassa. (Jorgensen & Phillips, 2002, 43-47.)

3.2.3 Diskurssiteoreettinen analyysi

Laclau ja Mouffe määrittävät diskurssiteoriassa neljä tärkeää käsitettä: momentit, solmukohdat, poissulkeminen ja diskursiivisuuden kenttä (Laclau & Mouffe 1985, 105-114).

Diskurssi ymmärretään merkityksen kiinnittymisenä tiettyyn alueeseen. Kaikki diskurssin merkit ovat momentteja, ikään kuin solmuja kalaverkoissa, joihin merkitys kiinnittyy sen mukaan miten ne eroavat toisistaan (erotasemat). Esimerkkinä tästä on perinteinen liiketalous(tiede), jossa yritys on eritelty eri toimintoittain (esim. suunnittelu, tuotanto, markkinointi, laskentatoimi, johtaminen), ja ongelmien ilmetessä pyritään paikallistamaan virhe tai puute tietylle osa-alueelle. Liiketaloudellinen diskurssi siis ulottuu

merkityksiin, joilla asiantuntemus paikallistuu toiminnoittain ja ratkaisut etsitään vastaavasti niitä esimerkiksi tehostamalla, kehittämällä tai karsimalla. Diskurssissa kaikki merkit ovat systeemin momentteja ja kunkin merkin merkitys määrittäyty sen suhteessa toisiin merkkeihin.

Diskurssi muodostuu kun merkitys osittain kiinnittyy tiettyjen nodaalikohtien ympärille (Laclau ja Mouffe 1985, 112). Solmukohta on etuoikeutettu merkki jonka määrittää muut merkit sen ympärillä, eli muut merkit saavat merkityksensä suhteessa nodaalikohtaan. Liiketaloudellisessa diskurssissa ”organisaatio” on solmukohta jonka ympärille muut merkitykset kristallisoituvat toiminnoiksi, osastoiksi, ammateiksi, toimenkuviksi jne. - riippuen suhteesta organisaatioon ja toisiinsa erityisillä tavoilla. Poliittisessa diskurssissa ”demokratia” voi olla solmukohta ja kansallisissa diskurssissa ”kansa”.

Diskurssista muodostuu kokonaisuus jossa kaikki merkitykset kiinnittyvät momenttien kautta toisiinsa (kuten kalaverkossa) poissulkemisen kautta – suljetaan pois kaikki muut mahdolliset merkitykset joita merkillä olisi voinut olla, kaikki muut mahdolliset tavat joilla merkit olisivat voineet olla suhteessa toisiinsa. Näin siis diskurssi on mahdollisuuksien vähentymistä. Se on yritys lopettaa merkkien liukuminen toisiaan kohti ja siten yritys luoda yhtenäinen merkitysjärjestelmä. Kaikki ne mahdollisuudet jotka diskurssi sulkee pois muodostavat diskursiivisuuden kentän (Laclau & Mouffe, 1985, 111). Diskursiivisuuden kenttä on kuin varasto, jossa merkitysten ylijäämää tuotetaan artikulatorisissa käytännöissä – eli siis merkitykset joita kullakin merkillä on tai on ollut muissa diskurssissa, mutta jotka tietty diskurssi sulkee ulkopuolelle luodakseen yhtenäisen merkityksen.

Diskurssi pyrkii poistamaan moniselitteiset elementit kääntämällä ne momenteiksi. Moniselitteisyyttä ei kuitenkaan koskaan saada täysin poistettua, sillä ne merkityksen mahdollisuudet jotka diskurssi asettaa diskursiivisuuden kentälle aina uhkaavat horjuttaa merkityksen kiinteyttä. Siksi kaikki momentit ovat potentiaalisesti monimerkityksellisiä, eli momentitkin ovat aina mahdollisia elementtejä. Artikulaatiot tuottavat tai haastavat olemassa olevat diskurssit kiinnittämällä merkityksiä tietyllä tavalla. Jatkuvan potentiaalisen monimerkityksellisyyden vuoksi jokainen suullinen tai kirjallinen ilmaus (ja siten myös jokainen sosiaalinen toiminta) on, jossain määrin, artikulaatio tai innovaatio: vaikka ilmaus aina perustuu aiempiin merkityksen kiinnittymisiin – eli perustuu diskurssihin joissa merkeistä on tullut momentteja – ilmaus ei koskaan ole vain aiemman toistoa (Laclau and Mouffe 1985, 113). Siten, jokainen ilmaus samalla vähentää mahdollisia aktiivisia merkityksiä, koska se asettaa merkit suhteessa toisiinsa vai yhdellä tavalla, siten poissulkien vaihtoehtoiset jäsenyyksen muodot. Aina on olemassa muita potentiaalisia merkityksiä, jotka aktualisoituessaan tietyiksi artikulaatioiksi, voivat haastaa tai muuttaa diskurssin rakenteen. Näin siis diskurssi on aina tilapäinen sulkeuma, se kiinnittää merkityksen tietyllä tavalla, mutta se ei sanele merkityksen kiinnittyvän siten myös jatkossa. Artikulaatiot ovat satunnaisia interventioita kentällä joka ei ole lopullisesti päätetty. Artikulaatiot jatkuvasti muokkaavat ja tulevat väliin merkityksen järjestelmiin ennalta-

arvaamattomilla tavoilla. Diskurssit ovat epätäydellisiä rakenteita, epävakaalla kentällä joka ei koskaan tule täysin jäsenneyksi. Näin siis aina on tilaa kamppailulle siitä miltä jäsenneyksen tulisi näyttää, mitkä diskurssit tulisi olla vallassa ja miten merkityksen tulisi kiinnittyä yksittäisiin merkkeihin. (Jørgensen & Phillips 2002, 24 -60).

Diskurssianalyysin tavoitteena tulisi siten olla tunnistaa nämä momentit, artikulaatiot joilla merkityksiä annetaan, diskurssien jäsenyminen kiinnittyvien merkitysten ympärille ja poissulkemisen mekanismit, tuoda näkyville diskursiivisuuden kenttää ja siellä käynnissä olevia kamppailua vaihtoehtoisista merkityksen jäsenneyksistä. Näissä tunnistetuissa diskurssissa syntyvät subjektiasemat eivät ole vakaita ja osallistujat voivat ottaa useita erilaisia asemia yhden diskursiivisen tapahtuman aikana. (Jørgensen & Phillips, 2002 43-44, Fairclough 2001, 156, Fairclough 1995, 96.) Näin myöskään verkkojulkisuudessa rakentuvat toimija-asetat ja identiteetit eivät ole pysyviä, vaan muuttuvia ja niitä rakennetaan koko ajan uudelleen (ks. esim Poell 2009).

3.3 Yhteenveto: tämän tutkimuksen viitekehys

Olen johdantoluvussa määritellyt tutkimukseni osaksi organisaatioviestinnän tutkimuksen institutionaalista legitimizeetti-teoriaa, jossa tarkastellaan organisaatioiden diskursiivisen legitimizeetin rakentumista kiistelevässä verkkojulkisuudessa viestinnän julkisuusteorian avulla. Tarkastelu nojautuu laclau-mouffelaiseen diskurssiteoriaan, ja erityisen huomion kohteena on diskursiiviset merkityskamppailu ja siinä rakentuvat mahdollisuusehdot.

- Agonistinen ja pluralistinen (teoreettisena käsitteenä) kiistelevä verkkojulkisuus (suuri yleisö legitimizeetin lähteenä)
- joissa tarkastellaan organisaatioita ja organisatorisia käytäntöjä (legitimeetin subjektit/kohteet)
- keskustelussa jossa rakennetaan diskurssseja ja tuotetaan subjektipositioita (diskursiivinen kamppailu legitimizeetin mahdollistajana) - koska legitimizeetti ei valmistu, kamppailu on jatkuvaa ja edellyttää keskustelua
- ja näiden kautta tehdään moraalisia arviointeja siitä miten arvioitavat yksiköt tai toimet ovat linjassa vallitsevien (hegemonisten) ja itsestään selvänä pidettyjen arvojen ja uskomusten kanssa

Tämän tarkastelun avulla pyritään luomaan näkökulma siihen miten organisaatioista ja organisatorisista käytännöistä luodaan, ylläpidetään ja muokataan instituutioita verkkojulkisuuden viestinnällisissä prosesseissa.

4. Tutkimusmenetelmät ja –aineistot

Tutkimusmenetelmällä tarkoitetaan tutkittavan empiirisen aineiston tarkastelua: miten aineisto on valittu ja rajattu, miten aineistoa lähestyttiin ja mitä siitä etsittiin, miten havaintoja ryhmiteltiin ja millaisten teoreettisten ja metodologisten käsitteiden kautta tuloksia pyrittiin tulkitsemaan. Tässä luvussa kuvaan ensin diskurssianalyysiä metodologiana yleisemmin ja sen jälkeen kuvaan tutkimukseni aineistoa ja sen analyysitapoja. Lopuksi pohdin aineiston ja analyysin rajoituksia. Tässä tutkimuksessa analyysimenetelmänä käytetään Laclau ja Mouffin diskurssiteorian ideoihin pohjautuvaa diskurssianalyysiä.

Diskurssianalyysistä

Diskurssianalyysi on laadullinen tutkimusmenetelmä ja sen perusideana on tutkia kielenkäyttöä tekemisenä, joka osaltaan muodostuu sosiaalisista prosesseista ja tätä kautta rakentaa sosiaalista todellisuutta. Diskurssianalyysin avulla pyritään tutkimaan kielenkäytön ja viestinnän tuottamia merkityksiä, konteksteja, prosesseja sekä merkityksen tuottamisen käytäntöjä.

Diskurssianalyysi on aineistolähtöistä ja siinä käytetään tutkittavien itsensä joko kirjallisesti tai suullisesti tuottamaa aineistoa ja tutkijan tuottamia havaintoja aineistosta, jotka sitten muutetaan kirjalliseen muotoon. (Potter 1997, Jokinen ym. 1999, Keller 2012).

Tutkimusmenetelmänä diskurssianalyysiin sisältyy erilaisia tieteenalasta riippuvia lähtökohtia ja sovelluksia. Analyysin kohteena voi olla tarkka tekstin, keskustelun tai vuorovaikutuksen kielellinen/lingvistinen analyysi, tai esimerkiksi intertekstuaalisuuden tai genren suhde historialliseen, sosiaaliseen ja kulttuuriseen kontekstiin. Diskurssianalyysissä yhdistyy usein sekä mikrotason kielenkäytön että makrotason kontekstin tarkastelu. Kun merkitysten tuottamisen analyysissä kiinnitetään vuorovaikutuksen ohella erityisesti huomiota vallan ja vallankäytön ilmenemismuotoihin, kyseessä on kriittinen diskurssianalyysi. Diskurssianalyysin keinoin tarkasteltavia kohteita/lähteitä on monia: tekstejä, mediatekstejä, kuvia, ympäristöjä, toimintatapoja tai näiden yhdistelmiä. Kaikkia eri suuntauksia ja sovelluksia yhdistää tieteenfilosofisesti sosiaalinen konstruktionismi ja kielellinen käänne. (Potter 1997, Jokinen ym. 1999.)

Yleisesti diskurssianalyysissä korostuu näkemys siitä, että sen avulla löydetyt/tunnistetut diskurssit ovat tutkimuksen tulos, eivät se kohde. Diskurssit siis eivät ole olemassa jossain tuolla tutkijasta riippumatta ja tutkijan

poimittavissa, vaan tutkimuksen edetessä niitä pyritään aineistosta löytämään, tunnistamaan ja nimeämään, ja sitten niiden avulla voidaan kertoa jotain tutkittavasta ilmiöstä ja ympäröivästä maailmasta. Analyysin aikana syntyneet kategorisoinnit nähdään tutkijan tulkintana, ja tuloksena löydetty diskurssit nähdään vuorovaikutuksessa syntyneinä konstruktioina, yhtenä selontekona inhimillisestä toiminnasta. (Jorgensen & Phillips 2002, 8-23, Jokinen ym. 1999, 130.)

4.1 Materiaalit

Tutkimuksessani pyrin osoittamaan kuinka kiistelevä verkkojulkisuus tarjoaa uudenlaisen tilan organisaatioiden diskursiiviselle legitimaatiolle. Verkossa erilaiset julkisen keskustelun tilat ovat avanneet uuden, demokraattisemman areenan jonne osallistuminen on entistä helpompaa. Empiiriset materiaalit koostuvat kolmesta erilaisesta verkkoaineistosta, joka on kerätty sanomalehtien verkkosivustoilta, yksityisen keskustelufoorumin sivuilta ja Wikipediasta. Kaplanin ja Haenlainin määritelmän mukaan ne edustavat verkon sisällönjakoyhteisöjä (content communities) ja kollaboratiivisia projekteja (collaborative project) (Kaplan & Haenlain 2010, 60-63).

Sanomalehtien verkkosivuilta kerätty aineisto on esimerkkinä verkon uutiskommentoinnista, kaikkein suosituimmasta julkisen verkkokeskustelun muodosta (Ruiz ym. 2011, Ziegele ym. 2014). Esseeseen 1 kerättiin sanaomalehdistä (Helsingin Sanomat HS ja Kauppalehti KL) tiettyyn uutisointiin liittyvien uutisjuttujen perässä olevat keskustelulukomentit, yhteensä kolmesta ketjusta joissa oli kaikkiaan 451 kommenttia.

Uutis- ja artikkelikommentoinnin lisäksi verkkokeskustelu on perinteisesti tapahtunut erityisillä keskusteluun tarkoitetuilla foorumeilla, joita Kaplania ja Haenlainia mukaillen voi luonnehtia sisältöyhteisöiksi (Kaplan & Haenlain 2010, 63). Esseeseen 2 kerättiin sanomalehden (HS) verkkosivulla julkaistu mielipidekirjoitus ja sitä seuraava kommenttiketju (7.-10.6.2009, 160 viestiä) sekä samaa mielipidekirjoitusta kommentoiva keskusteluketju yksityiseltä verkkokeskustelufoorumilta ”AB” (9.6.2009, 163 viestiä).

Kolmas esimerkkiaineisto kerättiin verkkotietosanakirja Wikipediasta. Wikipedia on esimerkki nykyaikaisesta joukko-osallistumisesta, jossa suuri määrä kirjoittajia osallistuu vapaaehtoisesti ja korvauksetta merkittäväksi katsomansa sisällön luontiin (Kaplan & Haenlain 2010, 60). Samaa Wikipedia-aineistoa analysoitiin esseissä 3 ja 4. Wikipedia aineisto kerättiin käyttämällä Talouselämä lehden listausta vuoden 2011 huippuyrityksistä 100 ensimmäistä yritystä ja ensin tarkastettiin onko niillä Wikipedia-sivut. Tämän karsintavaiheen jälkeen koossa oli 85 yrityssivustoa (Taulukko 1 liitteenä). Tarkempaan analyysiin valittiin 14 yrityksen sivut, ja niiden koko Wikipedia-sivujen muokkaushistoria kommentteineen käytiin läpi aikavälillä 2003 - kesä 2012 (taulukko 2 liitteenä). Kun tutkimuksen tavoitteena oli tuoda näkyville nimenomaan diskursiivisia kamppailuja, yritysten valinnassa kriteereinä

käytettiin sitä, oliko niiden muutoshistoriassa näkyvillä jälkiä kiistoista tai intressiristiriidoista.

4.2 Tutkitun aineiston analyysi

Kuten laadullista tutkimusta esiteltäessä aiemmin todettiin (luvussa 3.2), analyysiprosessi ei etene tiukasti etukäteen määritellyn suunnitelman mukaan, vaan teoriaan, menetelmäkirjallisuutta ja aineistoon syntyy uusien lukukertojen myötä uusia näkökulmia ja uutta ymmärrystä. Kuvaan seuraavassa analyysin etenemistä pääpiirteittäin, tarkemmat selostukset esim. kulloinkin syntyneistä teemoista ja niiden avulla nimetyistä diskursseista (tai narratiiveista) löytyvät osasta II kustakin esseestä erikseen.

Kaikkien neljän eri tutkimuksen analyysi alkoi samalla tavalla, temaattisella analyysillä, jonka aikana aineistosta pyrittiin löytämään yleisiä teemoja joiden ympärille ilmiön käsittely kietoutui, ja jotka olivat tunnistettavissa läpi aineiston. Tässä vaiheessa huomio kiinnittyi diskurssiteorian periaatteiden mukaisesti siihen kuinka kieli toimii tekstien kautta tuottaen diskursseja. (Laclau & Mouffe 1985). Aineisto läpiluettiin ja ensimmäisellä lukukerralla kirjattiin ylös siitä tehtyjä huomioita ja avainsanoja. Huomio kiinnittyi siihen millaisena tutkittava ilmiö näyttäytyi, millaisia toimijoita siihen liittyi ja millaisiin yhteiskunnallisiin arvoihin ja konteksteihin se liitetään. Tämän ensimmäisen luennan jälkeen huomioita ja avainsanoja ryhmiteltiin löyhästi, ja seuraavalla lukukerralla tavoitteena olikin hahmottaa kuinka merkittäviä nämä avainsanaryhmittymät olivat sekä koko aineiston kannalta että suhteessa tutkittavaan ilmiöön. Tämä tarkoittaa sitä, että tietyt teemat valikoituivat fokukseseen ei pelkästään niiden koon (= edustavuus aineistossa), vaan merkittävyuden kannalta - kuinka keskeistä, uutta, kiinnostavaa tai marginaalista näkökulmaa ne tuovat. Tämän vaiheen jälkeen valitut kategoriat nimettiin.

Kun teemat oli löydetty ja luokiteltu, vuorossa oli varsinaisen diskursiivisen kamppailun analyysi. Diskursiivisella kamppailulla tarkoitetaan prosessia, jossa kiistelevät diskurssit esittämällä erilaisia näkökulmia yrittävät saada omat merkityksensä kiinnitetyksi. Tämä tapahtuu yhdistämällä ja liittämällä elementtejä joiden avulla heidän versionsa näyttäytyy luonnollisena, todenperäisenä ja kiistattomina (Laclau & Mouffe 1985, 112). Kun teemoittelun avulla on löydetty erilaisia ja vaihtoehtoisia tapoja määrittellä ja ymmärtää sosiaalinen maailma, diskursiivinen kamppailun käsitteen avulla tarkoitus on paikallistaa ne artikulaatiot, joiden avulla merkitykset pyritään kiinnittämään juuri tietynlaisiksi. Tällöin huomio kiinnittyi nimenomaan käytettyihin ilmauksiin sekä nimeämisiin ja (pois) valintoihin ja näiden perusteluihin.

Kolmessa ensimmäisessä esseessä analyysi eteni teemojen löytämisen kautta artikulaatioiden paikallistamiseen ja niiden avulla diskurssien tunnistamiseen, sekä lopulta näiden diskurssien synnyttämien toimija-asemien ja mahdollisuusehtojen selittämiseen. Tässä viimeisessä vaiheessa diskursseja siis kuvataan ja arvioidaan sen perusteella millaisia toiminnan mahdollisuuksia ne

tuottavat ja miten tätä kautta yritysten toiminnan oikeutus, legitimizeetti, rakentuu.

Neljännessä esseessä diskursiivisen analyysin tavoitteena oli tunnistaa miten yritysten Wikipedia-sivut kerronnallisesti rakentuvat ajan kuluessa, ja analyysimenetelmäksi valittiin Barthesia (1977) hyödyntävä narratiivinen analyysi. Tässä analyysissä tutkittiin ensinnäkin sitä, miten yrityssivut olivat rakenteellisesti muotoutuneet (sisältöosien järjestely ja otsikointi) ja toiseksi sitä miten meta-tason dialoginen prosessi muokkasi yrityssivuja. Tätä tarkoitusta varten valittujen yrityssivujen koko muutoshistoria luettiin läpi ja tutkittiin kehityskaaria joiden mukaan sisältöä lisättiin ja poistettiin, kiinnittämällä huomiota metatekstiin ja keskusteluihin, joilla näitä lisäyksiä ja poistoja perusteltiin. Tunnistimme mikronarratiivit joiden avulla sivuja rakennettiin ja luokittelimme kaikki narratiiviset siirtymät käyttämällä apuna Barthesin narratiivisia funktioita. Näiden narratiivisten funktioiden luokittelun avulla pystyttiin tunnistamaan kerronnan pääteemat ja kriittiset kohdat.

4.3 Tutkimuksen sekä materiaalien ja analyysin arviointi ja rajoitukset

4.3.1 Tutkimusaineiston arviointi

Verkkofoorumeja voidaan tarkastella ja luokitella sen mukaan millaisia käytäntöjä niihin osallistuminen ja niiden seuraaminen edellyttää. Yksi tärkeimmistä eroista on siinä vaatiiko keskusteluun osallistuminen rekisteröintiä vai voiko siihen osallistua vain kommenttinsa kirjoittamalla, ilman nimeä tai sähköpostiosoitetta. Vaikka palvelu vaatisikin rekisteröintiä, on eroja siinä voiko keskustelussa esiintyä anonyyminä tai nimimerkin suojassa, niin että rekisteröinnin yhteydessä annetut tiedot näkyvät vain palveluun ylläpidolle vai saavatko muutkin keskusteluun osallistujat, muut lukijat tai palveluun rekisteröityneet ne näkyville. Palveluun rekisteröityminen voi tuoda mukanaan myös muita "etuja", esimerkiksi mahdollisuuden saada ilmoitus uusista lukemattomista viesteistä tai arvostettu aseman muiden käyttäjien keskuudessa tai mahdollisuuden päästä moderaattoriksi. Tämän tutkimuksen esimerkkiaineistoista (niiden tutkimusajankohtana) HS:n palveluun ja Wikipediaan oli mahdollista kirjoittaa ilman rekisteröitymistä, KL vaati nimimerkin rekisteröinnin ja AB oman nimen käyttöä rekisteröinnissä.

Merkitystä on myös sillä onko keskustelu etu- tai jälkikäteen moderoitua, eli tarkastaako joku ylläpidon määrittämä henkilö tai henkilöt viestit joko ennen tai jälkeen niiden julkaisemisen. Keskusteluihin osallistumiseen ja niiden seuraamiseen vaikuttaa myös se miten niitä luetaan ja tilataan, eli ovatko keskustelut näkyvissä kaikille verkkopalvelussa vieraileville vai pitääkö ne erikseen tilata, ja luetaanko niitä verkkopalvelussa vai esimerkiksi sähköpostin kautta. Keskustelujen elinikä voi vaihdella, jotkut keskustelut syttyvät ja

sammuvat nopeasti vaikka vain yhden päivän aikana, ja toiset jatkuvat useita päiviä, ehkä viikkojakin kun uusia kommentteja ilmestyy. Joissain palveluissa keskustelut säilytetään määräämättömän ajan tai ne siirretään määräajoin arkistoon edelleen luettaviksi, joissain palveluissa taas vanhimpia ketjuja poistetaan tietyin väliajoin tai etukäteen tiedotettavina ajankohtina. Suurimmassa osassa verkkopalveluja ainakin isompien ulkoasu- tai teknisten uudistusten yhteydessä aloitetaan keskustelutkin puhtaalta pöydältä. Kaikki tämän tutkimuksen materiaalit ovat olleet verkossa vapaasti kaikkien luettavissa, vaikka niihin osallistuminen (esseen 1 KL aineisto ja esseen 2 AB-aineisto) on saattanut vaatia kirjautumista. Materiaalit tallennettiin verkosta erillisiksi dokumenteiksi, ja tallennuksessa pyrittiin säilyttämään kaikki tarvittavat tiedot (mm. julkaisuaika ja kirjoittajan nimi). Tällä hetkellä esseiden 1 ja 2 aineisto (AB-aineistoa lukuun ottamatta) ei enää teknisten uudistusten vuoksi ole verkossa luettavissa.

Käytännön syistä analyysia varten tarvittavan aineiston keruuseen liittyi rajoituksia, joista keskustelen seuraavaksi. Ensinnäkin, aineiston määrä. Ensimmäinen essee liittyi (itsenäisesti, sillä lähtökohta oli erilainen) toiseen artikkeliin, jota varten painetuista lähteistä kerättyyn uutisaineistoon liittyviä verkkokeskusteluja tässä tutkittiin. Aineistosta erottautui 3 keskusteluketjua, jotka valittiin erityisen tarkastelun kohteeksi, sillä muut ketjut olivat joko liian lyhyitä tai niitä edeltävissä lehtijutuissa ei tullut tutkimuksen kannalta merkittäviä uusia asioita esille. Aineistoa kertyi kuitenkin usean sadan kommentin verran, ja siitä oli mahdollista erottaa erilaisia diskursseja, joiden voi katsoa kattavan myös mahdollisesti muissa ketjuissa esille tulleita asioita. Toisen esseen aineiston muodostaa koko sanomalehden verkkopalvelussa ollut ketju, joka toimi keskustelun sysäyksenä olleen mielipidekirjoituksen perässä sekä samasta mielipidekirjoituksesta käyty keskustelu toisella keskustelufoorumilla. Alun perin ajatus oli sisällyttää myös muualla verkossa samasta mielipidekirjoituksesta käyty keskustelu, mutta lukuisista hauista huolimatta tällaisia ei keväällä 2009 löytynyt. Kahdelta valitulta sivustolta kommentteja analysoitiin 323 kappaletta. Esseiden 3 ja 4 aineisto koostuu suomalaisyritysten Wikipedia-sivuista ja niiden muokkaushistoriasta. Rajataksemme aineiston jollakin tavalla mieleekkäästi valitsimme lähtökohdaksi Talouselämä lehden 500 parasta suomalaisyritystä -listauksen ensimmäiset 100 yritystä, ja kartoitimme niiden Wikipedia-sivut (ks. taulukko 1). Tämän rajauksen jälkeen jäi 85 Wikipedia-sivustoa, joista 14 valittiin tarkempaan analyysiin (ks. taulukko 2).

Toinen rajoitus liittyikin aineiston kattavuuteen, siihen kuinka hyvin sen voidaan sanoa edustavan käytyä keskustelua laajemminkin. Tässä tutkimuksessa tarkoitus oli kuitenkin kuvata aina tiettyyn ilmiöön (yhden yrityksen uudelleenjärjestelyihin ja siihen liittyviin massairtisanomisiin, johdon palkitsemisjärjestelyyn, yrityksistä niiden toiminnasta Wikipediassa rakentuva kuva) liittyvää mediakeskustelua, ja tuoda esille kuinka verkkokeskusteluissa ääniä ja mielipiteitä tulee esille monipuolisemmin kuin laajalevikkisten tiedotusvälineiden toimitetuissa jutuissa. Tarkoitukseen ei ollut tyhjentävästi kuvata kaikkia tähän uutiseen liittyviä kirjoituksia ja

mielipiteidenvaihtoa, vaan osoittaa empiirisen aineiston avulla kuinka aiemmista tutkimuksista nousseeseen tutkimuskysymykseen pystyi vastaamaan, ja näyttää että nettikeskusteluja tarkastelemalla yhteiskunnallisista ilmiöistä voi saada esille uusia ja vaihtoehtoisia tulkintoja.

Yksi tärkeä rajoitus liittyy kieleen ja kääntämiseen. Tutkimusmateriaali on kaikki tutkijan äidinkielellä, suomeksi, joten lausumien ja sanavalintojen yksityiskohdat ovat selkeästi havaittavissa ja analysoitavissa. Tutkimusartikkelit/esseet on kuitenkin suunnattu kansainväliselle lukijakunnalle ja kirjoitettu englanniksi, joten kaikki esimerkit täytyi kääntää, ja on täysin mahdollista, että joitain kielellisiä ja tekstuaalisia nyansseja ja niiden merkityksiä tutkimuksen kannalta on jäänyt selittämättä. Esimerkkejä ei kuitenkaan valittu sen perusteella, miten niissä esille tulleet yksityiskohdat saisi parhaiten käännettyä kielestä toiseen, vaan sen perusteella, miten niissä tulee esille kyseiselle diskurssille olennainen asia ja ilmaisumuoto.

Tutkimusaineiston avulla kuitenkin pyrittiin vastaamaan kysymyksiin siitä, miten verkko muodostaa uudenlaisen diskursiivisen tilan organisaatioiden legitimitetin arviointiin. Tähän tutkimukseen käytetyt aineistot tarjoavat monipuolisen kuvan mediavälitteisestä diskursiivisesta kamppailusta erityyillisillä osallistumisen foorumeilla. Kaikkiin näihin foorumeihin (uutiskomentointi, keskustelufoorumi, Wikipedia) on mahdollisuus kenen tahansa osallistua, ja keskustelua rajoittavat, teknisten perusedellytysten lisäksi, vain kunkin foorumin omat käyttösäännöt. Näitä foorumeita luonnehtii myös niiden oma, ajan myötä muotoutunut keskustelukulttuuri, josta keskustelen kunkin esseen kohdalla ja johtopäätöksissä.

4.3.2 Analyysin arviointi

Eri tasojen analyysieja yhdistelemällä tarkastelun kohteeksi otetut sosio-kulttuuriset käytännöt eivät ole ennalta määriteltyjä, vaan nousevat empiirisistä aineistoista. Tutkijan oma asennoituminen ja hänen tulkintansa ilmiöstä ja sen esiintymien välisistä yhteyksistä on myös tärkeä osa analyysia ja sen raportointia. Tutkimuksen tavoitteena ei ole tarjota kokonaiskuvaa tai yleistettäviä tuloksia, vaan kuvata kuinka prosessi on edennyt ja miten tulkinnat ovat syntyneet tiettyjen aineistojen, yhteyksien ja metodien yhdistelmänä suhteessa käytettävissä oleviin teoreettisiin, analyttisiin ja sosio-kulttuurisiin resursseihin. (ks. Pietikäinen 2000).

Laadullinen tutkimus perustuu vahvasti aineistoihin ja siinä oletetaan teorian ja empirian välillä olevan selvä vuorovaikutus. Laadullinen tutkimus on toimintaa joka paikantaa havainnoijan maailmaan. Laadullinen tutkimus koostuu valikoimasta tulkittavaa materiaalisia käytäntöjä, joilla tämä maailma tulee näkyväksi. Nämä käytännöt myös muuttavat maailmaa ja kääntävät sen sarjaksi representaatioita, esim. muistiinpanoiksi, haastatteluiksi, keskusteluiksi, valokuviksi, nauhoituksiksi. Tämä tarkoittaa sitä, että laadulliset tutkijat tukivat asioita niiden luonnollisessa ympäristössä, pyrkien tekemään selkoa tai tulkitsemaan ilmiöitä merkityksinä joina ihmiset niille

antavat. Toisaalta, tärkeää on muistaa myös että tutkimuksen, laadullisenkaan, keskiössä ei ole aineisto tai sen analyysi, vaan ilmiö jota pyritään ymmärtämään. Aineiston keruu ja sen analysointi ovat tärkeitä tutkimusvaiheita, mutta päätavoitteena on kulttuurisen merkityksen rakentamisen ymmärtäminen. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkijan tulee aina analysissään huomioon myös laajempi historiallinen ja sosio-kulttuurinen konteksti jossa tutkittava materiaali on tuotettu ja jossa sitä tulkitaan. Tulkintakehys, eli niihin oletukset, ihanteet ja periaatteet jotka määrittävät tietynlaisen, teoreettisesti leimautuneen näkökulman, tulisi aina kytkeä soveltuviin tulkintakäytäntöihin. Tässä laajemmassa viitekehyksessä tutkimuskysymyksen käsitteellistäminen, tieteenfilosofiset oletukset ja metodologiset valinnat ohjaavat koko tutkimusprosessia. Tämä ei tarkoita sitä, että esiyymmärryksen kautta syntyvä viitekehys olisi etukäteen tiukasti päätetty, vaan hermeneuttista periaatetta, jonka mukaan teoria ja tulkittavat materiaalit ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa, ja ymmärrys ja tulkinta syntyvät iteratiivisessa prosessissa. Näin analyysin tuloksenakaan ei voi olla faktanomaisia väitteitä tai kausaalisia selityksiä ihmisten käyttäytymisestä, vaan pyrkimys on tuottaa erilaisia tulkintoja jotka voivat liikuttaa, muuttaa tai laajentaa tulkintahorisonttia. (Moisander & Valtonen 2006, 101-124,142-154; Silverman 1997).

Reflektio näkyy tässä tutkimuksessa jo lähtökohdissa ja taustaoletuksista, siinä että niin sanottujen tavallisten ihmisten luonnollisesti tuottamaa verkkokirjoittelua on pidetty merkityksellisenä ja voimauttavana tekona jo sinänsä. Tutkimusprosessin ajan olen usein joutunut vastaamaan kysymyksiin ”miksi tutkia verkkokeskusteluja” ja ”miten anonyymisti verkossa esitetyt tyyliltään kyseenalaiset viestit voisi tulkita muuna kuin yhdentekevänä itseilmaisun muotona, jonka suurin anti on henkilökohtainen ilo saada nähdä oma kirjoituksensa julkaistuna internetissä”. Näihin kysymyksiin olen aina pyrkinyt vastaamaan, että näkemykseni mukaan jo pelkkä osallistuminen, tekstin tyylistä tai esittäjän henkilöllisyydestä tai asemasta riippumatta, on merkityksellinen puheteke, joka on osana rakentamassa sosio-kulttuurista merkityksenantoa.

4.3.3 Tutkimuksen luotettavuus

Koska diskurssintutkijalla on itsellään merkittävä rooli analysoitavan tiedon tuottamisessa, diskurssianalyttinen tutkimus on perinteisten tutkimustiedon luotettavuuskriteerien kuten reliabiliteetti (miten hyvin menetelmä tuottaa samoja tuloksia kokeita toistettaessa) ja validiteetti (miten hyvin tutkimuksen tulokset ilmaisevat tutkimuksen kohdetta) ulottumattomissa (Eriksson & Kovalainen 2008, 292, Koskinen ym 2005 254). Diskurssianalyttisen tutkimuksen lähtökohtana kuitenkin on, että ei ole olemassa oikeaa, objektiivista maailmaa erillään sitä rakentavista diskursseista. Samatkin ilmaukset voivat saada erilaisia merkityksiä erilaisissa konteksteissa - tai erilaiset ilmaukset samanlaisia merkityksiä eri konteksteissa. Toistettavuus tai

kohteen objektiivinen kuvaaminen eivät siten voi olla tiedon luotettavuuden kriteereitä. Sen sijaan diskurssianalyttisen tutkimuksen voidaan katsoa luovan mahdollisuuden yleistettävyydestä (ks. myös Peräkylä 2004, 297). Kun on tutkittu sitä millaisia käsityksiä todellisuudesta ja toiminnan mahdollisuuksia tietystä ympäristössä rakennetaan ja eritelty näiden suhdetta toisiinsa, voidaan ajatella että tulokset kertovat siitä millaiset käsitykset ja toimija-asetat ylipäänsä ovat mahdollisia tietystä historiallisessa, sosiaalisessa ja kulttuurisessa kontekstissa - ja avaavan tarkasteluun uusia näkökulmia, myös emansipatorisessa mielessä. Tutkimuksen tuloksena syntyvän tiedon uskottavuutta voidaan korostaa myös tutkimuksen taustateorian, aiempaan tutkimukseen perehtymisen sekä menetelmän ja aineiston esittelyn läpinäkyvyydellä - huolellisten lähdemerkintöjen ja tarkkojen analyysiesimerkkien avulla. Voidaan myös ajatella että joku toinen saman kirjallisuuden läpikäytyään, saman aineiston valittuaan ja saman näkökulman ottamalla olisi voinut päätyä samanlaisiin tuloksiin.

5. Esseiden kuvaukset

Tutkimukseni empiirinen osuus koostuu neljästä esseestä, ja ne muodostavat väitöskirjan osan II. Väitöskirjan essee on alun perin asemoitu erilaisiin keskusteluihin organisaatiotutkimuksen kentällä, eikä niiden kysymyksenasettelua ole kytketty eksplisiittisesti legitimaatioon. Legitimaatiokehys valikoitui tarkastelukehyykseksi vasta työn loppuvaiheessa. Essee kuitenkin käsittelevät teemoja kuten diskursiivinen kamppailu ja sidosryhmäyhteisöt, verkkojulkisuus diskursiivisen kamppailun tilana sekä käsitteitä kuten subjektipositioiden ja organisaatiotarinoiden rakentuminen. Nämä teemat ja käsitteet ovat relevantteja myös legitimaation kannalta ja niitä on käsitelty myös legitimaatiokirjallisuudessa. Niiden uudelleentulkinta legitimaation näkökulmasta on siksi perusteltua. Uudelleentulkinnan tarkoituksena on punoa yhteen eri esseiden keskeisiä löydöksiä ja johtopäätöksiä.

Tässä luvussa kuvailen essee niiden alkuperäisistä näkökulmista käsin, esittelen niiden tulokset ja kommentoin lyhyesti sitä, mitä kukin essee kertoo legitimaation prosessista, sen kohteista ja lähteistä tai ympäristöstä jossa sitä tarkastellaan. Johtopäätöksissä pohdin kokonaisvaltaisemmin sitä, mitä uutta tietoa essee tuottavat organisaatioiden diskursiivisesta legitimaatiosta kiistelevässä verkkojulkisuudessa.

5.1 Online news commentaries as sites of secondary stakeholder politics: politicizing the corporation through discursive struggle

Esseessä tutkitaan niitä kehystämisen ja representaation diskursiivisia käytäntöjä, joiden avulla suuri yleisö osallistuu sidosryhmäpolitiikkaan ja ottaa pörssilistatun tuotantoyrityksen toiminnan julkisen legitimaation kohteeksi kahden päälehden verkkosivuilla. Tavoitteena on ymmärtää paremmin “uuden” osallistuvan median, ja erityisesti uutiskommentointipalstojen, luonnetta toissijaisen sidosryhmäpolitiikan paikkana, ja tällaisten ad hoc-yhteisöjen sosiaalista merkitystä tai tärkeyttä sidosryhminä. Väitämme että nykyisessä organisaatioympäristössä verkkokeskustelufoorumit toimivat erityisesti sijaiskohteistuksen, yritystoiminnan politisoinnin ja agonistisen sidosryhmäpolitiikan välineinä.

Verkkokeskustelufoorumit helpottavat sellaisten virtuaalisten sidosryhmäyhteisöjen syntymistä joissa ilmaistaan julkisia huolenaiheita

yritysten ja yhteiskunnan suhteisiin liittyen. Nämä yhteisöt käyttävät vaikutusvaltaansa pääosin ottamalla käyttöön käsitteitä ja ideoita, jotka mahdollistavat ongelmien ja nousevien teemojen jäsentämisen ja määrittämisen uusilla tavoilla. Tällöin ne sytyttävät ja helpottavat diskursiivista kamppailua joka perustuu riitaisten kehystämisen käytännöille sekä organisaatioiden käyttöön sijaiskohteina laajemmille yhteiskunnallisille ja poliittisille epäkohdille. Siten väitämme että sidosryhmien virtuaaliset ad hoc-teemojen muodostamisen diskursiiviset käytännöt muodostavat sidosryhmäosallistumisen muodon, jonka kautta julkisyleisö voi sekä käyttää vaikutusvaltaansa yrityksiä kohtaan että synnyttää sosiaalisia ja poliittisia muutoksia tekemällä teemat ja aihekokonaisuudet julkisesti näkyviksi ja siten poliittiselle agendalle.

Esseessä tutkimme, kuinka verkossa käytävä uutiskomentointi toimii areenana jossa yritystoimintaa problematisoidaan, sekä kamppailua yritystoiminnan merkityksistä erityisesti journalistiseen mediaan verrattu. Empiirisenä tapauksena analysoitiin kahden sanomalehden (Helsingin sanomat ja Kauppalehti) verkkosivujen uutiskeskustelua organisaation uudelleenjärjestelyjen ja tehtaan lakkauttamisen yhteydessä alkuvuonna 2007. Analyysin avulla paikannettiin merkityskamppailun keskeisiä kohteita, ja osoitettiin kuinka uutiskomentoinnissa yhtäältä uusinnetaan (painetun) perinteisen lehdistön tuottamaa ekonominen uudelleenjärjestelyjen representaatioita ja toisaalta jatkuvasti koetellaan sen lujuutta ja vakautta.

Analyysissä tunnistettiin neljä keskeistä kategoriaa organisaatioita yritysten ja yhteiskunnan välisiä suhteita käsittelevällä diskursiivisellä kentällä: työntekijä, kuluttaja, osakkeenomistaja ja yritys. Laclau ja Mouffin diskurssiteorian mukaisesti nämä kategoriat nähtiin tärkeinä ”kelluvina merkitysijöinä”, joille eri diskurssit pyrkivät kiinnittämään kilpailevia merkityksiä. Analyysin toisessa vaiheessa tutkimme tarkemmin miten valitut merkitysijät artikuloitiin ja miten niistä kiisteltiin verkkokeskusteluissa verrattuna painettujen uutisten selontekoihin offshoring-päätöksestä. Tunnistimme diskurssit ja kehykset jotka antoivat tietoa kilpailevista merkityksistä valituissa kategorioissa, ja tutkimme missä määrin uutismedian tarjoamat vallitsevia kehystyksiä toistettiin ja vahvistettiin, ja vastaavasti haastettiin ja vastustettiin verkkokeskusteluissa. Keskityimme erityisesti vahvistamisen ja haastamisen retorisiin keinoihin: miten tiedon varmuusasteen, ironian ja arvioinnin ilmaukset toimivat väitteiden puolustamisessa ja horjuttamisessa ja miten niiden avulla ilmaistiin verkkokeskustelijoiden suhdetta niihin diskursseihin ja kehystyksiin joista väitteet ammensivat.

Analyysin tulokset kuvaavat niitä retorisia käytäntöjä joiden avulla hallitsevan ekonomistisen diskurssin taustalla olevia arvoja ja ajatusmalleja jatkuvasti horjutetaan verkkokeskustelussa. Lisäksi, osoitetaan kuinka tavat joilla suuri yleisö osallistuu merkityksellistämisen ja nousevien teemojen muodostamisen politiikkaan viitaten yritysten toimintaan. Useissa tapauksissa verkkokeskustelun agonistiset diskursiiviset strategiat ja retoriset käytännöt sisältävät tietyn offshoring-päätöksen lisäksi laajempaa vallitsevien

markkinakäytäntöjen ja yhteiskunnallis-taloudellisten yleistä problematisointia ja kritiikkiä. Verkkokeskustelufoorumilla toimintojaan toiseen maahan siirtävät yritys toimii sijaiskohteena ja välineenä jonka avulla ilmaistaan ja mobilisoidaan laajempia sosiaalisia epäkohtia. Tulokset osoittavat erityisesti kuinka verkkokeskusteluissa perinteisessä mediassa hallitsevaa ekonomistista diskurssia yritysten ja yhteiskunnan välisistä suhteista sekä uusinnetaan että haastetaan. Verkkokeskusteluissa ekonomistisen rationaalisuuden lähtökohdat ja seuraamukset laitetaan esille selkeämmin termein kuin uutismediassa, siten tehden ne läpinäkyvimiksi ja alttiiksi kriittiselle arvioinnille. Ekonomistinen diskurssi edelleen haastetaan de-naturalisoimalla sen peruslähtökohdat (kuten oman edun tavoittelu ja vapaa kilpailu), kyseenalaistamalla tai hylkäämällä sen olennaiset päämäärät ja arvot (kuten osakkeenomistajien etusija ja tehokkuus) ja politisoimalla ja moralisoimalla taloudellista toimintaa (esim. kulutusta ja investointia). Verkkokeskustelufoorumit toimivat siten tiloina joissa perusoletuksista koskien yritysten käyttäytymisestä jatkuvasti kiistellään vaatimuksia esittävien sidosta etsivien tai sidoshakuisten ryhmien (*stake-seekers*) toimintana.

Tutkimus valottaa osallistuvaa verkkojulkisuutta diskursiivisen politiikan tilana käsittelemällä yksityiskohtaisemmin tapoja joilla uutiskomentointifoorumit toimivat viestinnällisinä tiloina joissa perustavaa laatua olevia oletuksia organisaatioiden legitimiudesta ja yritysten ja yhteiskunnan välisistä suhteista voidaan jatkuvasti arvioida, problematisoida, kiistellä ja uudelleenartikuloida eri yleisöryhmien toimesta. Tutkimuksemme osoittaa kuinka uutisfoorumit viestinnällisenä tilana antavat tilaa laajalle repertuaarille diskursiivisen legitimaation rekistereitä, tyylejä ja retorisia taktiikoita. Tämä viittaa siihen, että nämä retoriset taktiikat kuten agitaatio, ironia, alatyylinen ja tunteenomainen kieli sekä ilmeikkäät metaforat, ovat tärkeänä apuna helpottamassa diskursiivista kamppailua ja edistämässä ideologista pluralismia. Kun klassiset journalistiset objektiivisuuden, koherenssin ja kattavuuden ihanteet helposti sulkevat pois marginaaliset, tunteenomaiset, ironiset tai fragmentaariset tyylit ja argumentit, verkkofoorumit päinvastoin toimii tilana jossa tällaiset retoriset käytännöt ovat sallittuja ja jopa toivottuja. Tämän tuloksena uutiskeskusteluissa poliittista päätöksentekoa pönkittävät rationaaliset lähtökohdat ja implikaatiot voidaan tuoda näkyville eksplisiittisemmin kuin uutisoinnissa, ja tehdä ne siten läpinäkyvämmäksi ja kriittisen arvioinnin alaiseksi.

Kaiken kaikkiaan verkossa tapahtuva vuorovaikutus näyttää edistävän jatkuvaa vallitsevien diskurssien ja merkitysten problematisointia ja uudelleenmuotoilua, ja siten kestäväää nousevien sidosta etsivien ryhmien liikkeellepanoa. Verkkokeskusteluilla on erityinen poliittinen arvo juuri sen reaktiivisten ja epämuodollisten erityispiirteiden ansiosta. Kun keskustellaan yritysten roolista yhteiskunnassa, uutiskeskustelufoorumit toimivat tilana jossa vallitsevia käsityksiä yritysten käytännöistä sekä niiden taustalla olevista periaatteista ja yhteiskunnallisista seurauksista problematisoidaan ja ne asetetaan osaksi laajempia yhteiskunnallisia huolenaiheita tai epäkohtia. Mielestämme sinnikkäiden ja aktiivisten uusien julkisten

osallistumismuotojen, kuten yritystoiminnasta ja etiikasta käytävän verkkokeskustelun, sivuuttaminen heijastaa ylimanageriaalista näkökulmaa sidosryhmäsuhteisiin, ja sitä voidaan pitää poliittisesti insensitiivisenä ja epäilyttävänä. Yleisemmin, näemme että sellainen sidosryhmäsuhteiden tutkimus, joka näkee yleisön vain jäännöksenä, tulisi perusteellisesti uudistaa. Nykyaikaiset aiheisiin keskittyvät ja agonistiset näkemykset politiikasta ja yleisöstä tarjoavat hyödyllisiä ajatuksia siihen miten otetaan selkoa monitulkintaisesta toissijaisten sidosryhmien (*secondary stakeholder*) käsitteestä sekä verkkoympäristössä että niiden ulkopuolella. Erityisesti siinä miten yleisön rooli nähdään näissä malleissa korostuu ei-insititutionaalisten sidosryhmien poliittinen merkitys, sekä niiden olennaisesti ei-hallittavissa oleva luonne. Näin fokus siirtyy toissijaisten sidosryhmien manageroinnista siihen haasteeseen miten tunnistaa yleisö kanssaosallistujana agonistisessa merkityskamppailussa, jota käydään määriteltäessä mahdollisuusehtoja koskien yritysten roolia yhteiskunnassa.

5.2 Inequality and executive compensation - Discursive struggle in online public sphere

Tutkimuksen tarkoituksena on tuottaa yksityiskohtaisempaa ymmärrystä verkkojulkisuudesta pluralistisena tilana keskusteltaessa sekä yritysten ja yhteiskunnan välisistä suhteista laajemmin että johdon palkitsemisen etiikasta erityisesti. Empiirisenä tapauksena paperissa tutkitaan miten palkitsemisjärjestelmiin liittyvistä organisaatiokäytännöistä keskustellaan ja väitellään verkkokeskusteluissa poliittisena ja eettisenä kysymyksenä johdon ja yritysten rooleista ja vastuista yhteiskunnassa. Tavoitteena oli ensinnäkin empiirisesti kuvata yksityiskohtaisemmin verkossa käytävän diskursiivisen merkityskamppailun luonnetta analysoimalla millaista kuvaa nykyiset organisaatiokäytännöistä ja palkitsemisjärjestelyistä diskursiivisesti rakentuu. Toiseksi kriittisesti arvioimalla käytyä kamppailua on tarkoitus valottaa verkkokeskustelua potentiaalisena tilana, jossa problematisoidaan ja politisoidaan yritystoiminnalle asetettavien vastuiden dimensioista ja ehdoista. Näitä tarkoituksia vasten tutkin löydetyissä diskursseissa rakentuvia subjektipositioita ja toiminnan mahdollisuuksia.

Ensimmäisessä vaiheessa materiaalit käytiin läpi tunnistaakseen kiistanalaiset käsitteet ja asemoinnit, eli pääteemat. Fokus oli palkitsemisen eri aspekteissa: sen määrässä (kuinka paljon johtajille maksetaan), muodossa (miten palkitsemista perustellaan ja miten se lasketaan) ja toiminnassa (ketkä hyötyvät ja miksi). Analyysin tuloksena tunnistettiin neljä pääteemaa: tulos/tulot, jako, kilpailu, työvoima/työ. Toisessa vaiheessa näytettiin kuinka julkinen keskustelu johdon palkitsemisesta (sekä yritysten ja yhteiskunnan välisistä suhteista) ammentaa neljästä eri diskurssista. Jotta nämä diskurssit pystyttiin erottelemaan, kamppailu aiemmin tunnistettujen pääteemojen jaoteltiin eri

kategorioihin sen mukaan mihin ja mille tasolle vastuu asetui, ja tavoitteena oli tunnistaa erilaiset erimielisyyksien tulkintojen spesifit artikulaatiot. Diskurssit nimettiin ahneus, sopimukset, solidaarisuus ja oikeudenmukaisen jakamisen diskursseiksi.

Yhteenvetona löydöksistä ahneus-diskurssissa vastuu asetui yksilötasolle peräänkuuluttaessaan johtajien henkilökohtaisia ominaisuuksia. Sopimukset-diskurssissa vastuu paikantui yritysten järjestelmien tasolle, se keskittyi tarkastelemaan sitä ovatko järjestelmät ja sopimukset toimivia, ketkä ovat sopimusosapuolia (johtajat itse, sopimuksista päättävät hallitukset), kuka asettaa rajat, ja miten korvaukset lasketaan. Solidaarisuus-diskurssissa vastuu on yhteisön tasolla, jotta palkitseminen voisi toimia, se täytyy olla yleisesti tasapuoliseksi koettu. Jokaisen tulisi saada kohtuudella ansionsa mukaan, eikä enempää kuin motivoidakseen tarvitaan. Neljäs, oikeudenmukaisen jakamisen diskurssi käynnistää hyväksyttävissä olevan (laajemman, yleisemmän) sosiaalisen järjestelmän ja yritysten yhteiskuntavastuun tavoittelun.

Diskursseja tarkasteltiin myös suhteessa toisiinsa, jotta nähtäisi kuinka jotkut niistä tukivat toisiaan ja jotkut taas haastoivat tai selvästi kiistivät toisensa. Vertailussa huomattiin että ahneus - ja sopimukset-diskurssit ovat yhteydessä toisiinsa. Molemmat ammentavat rationaalisesta maailmankatsomuksesta, jossa eri sidosryhmät markkinoilla nähdään tavoitteellisina hyödynetsijöinä, jotka, vahvasti kilpaillun pelin sääntöjen puitteissa, pyrkivät löytämään parhaat keinot yksilölliseen tyydytykseen. Kun ahneus-diskurssissa etusija on yksilöllä (ja hänen sopivissa luonteenpiirteissään), sopimukset-diskurssi painottaa systeemiä, mutta joiltakin osin jättää huomiotta sen, että systeemiä pyörittävät yksilöt ja usein vielä samat yksilöt jotka siitä eniten hyötyvät (huippujohtajat istuvat toisten yritysten hallituksissa ja siten päättävät toinen toistensa palkitsemisjärjestelmistä). Näissä diskursseissa rajat asettavat lait ja säännökset, ja on kunkin omalla vastuulla saavuttaa mahdollisimman hyvä asema - pohjautuen uusliberaaliin maailmankuvaan jossa luotetaan sekä yksilöiden kilpailukykyyn, yritysten valtaan ja niiden kautta syntyvään vaurauden valumiseen alaspäin. Solidaarisuuden ja oikeudenmukaisen jakamisen diskurssit voidaan myös nähdä toisiaan tukevinä. Kummassakin niistä vastuun nähdään asettuvan yksilöitä ylemmälle tasolle: solidaarisuus-diskurssi uskoo yhteistyöhön ja neuvotteluun ja oikeudenmukaisen jakamisen - diskurssi taas peräänkuuluttaa muutosta koko yhteiskunnan tasolla. Toisaalta myös solidaarisuus-diskurssi pohjimmiltaan asettaa vastuun hyväntahtoisten yksilöiden harteille: jos he ovat valmiita luopumaan tai siirtämään omia tuottojaan lyhyemmällä tai pidemmällä aikavälillä, koko yhteiskunta hyötyy. Tätä vapaaehtoista toimintaa voidaan perustella rationaalisilla laskelmilla, riskien ja hyötyjen punninta asettaa vastuulle rajat ja on kohtuullista kysyä ovatko johtajat vastuussa muiden asioista lyhyemmällä tai pidemmällä aikavälillä. Oikeudenmukaisen jakamisen diskurssi rakentaa selvästi laajemman näkökulman vastuuseen - se jäljittää talouden ongelmat johtuviksi suoraan kapitalistisesta järjestelmästä, individualistisesta maailmankatsomuksesta ja kilpailevasta markkinataloudesta. Tämän

diskurssin puitteissa ongelmat voidaan ratkaista vaan sitten jos koko talous- ja yhteiskuntajärjestelmää muutetaan kestävämpään suuntaan.

Tulokset osoittavat kuinka keskustelu laajeni käsittämään yhteiskunnallisia teemoja myös palkitsemisjärjestelmien ulkopuolelle, kuten yritysten roolista yhteiskunnassa tai työn muuttuva luonne. Tunnistetut diskurssit toivat esille erilaisia näkemyksiä vastuusta ja tasa-arvosta ja niissä rakentui erilaisia subjektipositioita, joissa rakentuu toiminnan mahdollisuuksia yksilöllisestä voitonmaksimoijasta tunnolliseen sääntöjen noudattajaan sekä vapaaehtoiseen hyväntekijään ja yhteiskunnalliseen uudistajaan. Verkkokeskusteluissa tuli näkyville ja arvioitavaksi isoihin väittämiin sisältyviä taustaolettamuksia ja implikaatioita kuten eduntavoitteluun ja tasa-arvoon liittyvät eettiset lähestymistavat, olennaiset tavoitteet ja arvostukset (sosiaalinen järjestys ja oikeudenmukaisuus) sekä sopimusjärjestelmien toimivuuteen liittyvien arviointi (sitä saat mitä mittaat) ja näin ne tehtiin läpinäkyviksi ja arvioinnin alaisiksi. Näin siis diskursiivinen kamppailu asettuu osaksi yhteiskunnallista vuoro vaikutusta ja kansalaisosallistumista. Tutkimuksessa näytettiin kuinka keskustelu johdon palkitsemisesta liittyy keskusteluun oikeudenmukaisesta tulojaosta yhteiskunnassa.

5.3 Wikipedia as an arena of agonistic organizational discourse

Esseen tutkimuskohteena on diskursiivinen merkityskamppailu verkkotietosanakirja Wikipediassa, ja sen tavoitteena on selvittää millaisia kiistoja organisaatioiden toiminnan oikeutukselle rakentuu ja millaisia kielellisiä keinoja siihen käytetään. Tutkimuksessa kuvataan kuinka Wikipedian perusohjetta neutraalista näkökulmasta käsitellään neljäntoista suomalaisyrityksen Wikipedia-sivulla. Erityisenä kiinnostuksen kohteena olivat sivujen muokkaushistoriassa näkyvät kiistelyt ja uudelleenmuotoilut, joiden tulkitsemiseksi pyrittiin Laclautta ja Mouffea mukailen tunnistamaan tarkat kiistanalaiset elementit. Kun nämä tekstuaaliset ilmaisut oli analyysin avulla paikannettu, tunnistimme neljä teemaa: a) tuotteet ja palvelut, b) yrityksen toiminnot c) ympäristö ja d) lait ja säännöt.

Analyysin avulla osoitettiin kuinka ihanteiden mukaista neutraalia kuvaa yrityksistä sekä uudelleen tuotetaan että haastetaan yritysten Wikipedia-sivuilla. Tulosten mukaan yritysten representaatioiden neutraliteettia kiistetään diskursiivisesti kahdella tavalla: joko käyttämällä mainosmaista kieltä tai lisäämällä yrityksiin kohdistuvaa kritiikkiä. Tämä tarkoittaa sitä että kamppailun elementit, eli pääteemat voidaan myös järjestää kahteen eri kategoriaan. Yritysten toiminnan ja niiden tuotteiden luonnehdinta muodostaa yhden kategorian, ja yritysten suhde ympäristöön ja lainsäädäntöön toisen kategorian.

Kun teemat ja diskursiiviset strategiat oli kategorisoitu, nimesimme kaksi eri diskurssia: mainosmainen ja kriittinen. Näiden diskurssien sisällä Wikipedia-sivujen neutraliteettia rakennettiin eri tavoilla. Mainosmaisessa diskurssissa

neutraliteettia pyrittiin haastamaan käyttämällä tiettyjä sanavalintoja. Kiistanalaiset ilmaukset oli usein kopioitua suoraan yritysten PR-materiaaleista tai lehdistötiedotteista, ja Wikipedia-yhteisö käytti valtaansa käyttämällä neutraalimmaksi katsomiaan termejä, kuten “kiista” sen sijaan että “kohu”. Tämä muistuttaa osin journalistista prosessia, jonka mukaisesti vain yhden osapuolen (yritys itse) näkökulma ei ole tarpeeksi luotettava ja neutraali, ja siten jos vastakkaista näkemystä ei löydy, ilmaukset poistettiin. Tämän diskurssin sisällä muokkaukset olivat yleensä kertaluontoisia, eli kun sävy oli kerran korjattu/muutettu, sitä ei enää pyritty uudelleen palauttamaan. Kriittisessä diskurssissa kiistat liittyivät pääosin yritysten toimintaan ja jotkut editoijat käyttivät värikkäitä ilmaisuja tiettyjä väärinkäytöksiä kuvatessaan. Tässä diskurssissa kritiikin lähteet paikantuivat muualle - wikipedian sisältöpolitiikan mukaisesti - mutta kommentoissa lähteiden luotettavuutta joskus pyrittiin vielä erityisesti korostamaan (kuten “johtavan sanomalehden tunnettu talousreportteri”). Tämän diskurssin sisällä kiistat saattoivat olla pitkäaikaisia, eri osapuolet muokkasivat, palauttivat ja uudelleen muokkasivat tekstejään ja muokkauksiin saatettiin palata pitkänkin ajan kuluttua (esimerkkinä yrityksen (Lidl) työnantajapolitiikan käsittely.)

Tutkimus osoittaa, että neutraaliuden vaatimus toimii työkaluna jonka avulla pyritään lisäämään Wikipedian luotettavuutta tiedonlähteenä. Tätä luotettavuutta haetaan sanavalintojen, asianmukaisen lähteistämisen sekä episteemisen modaliteetin avulla. Vaikka diskurssit eriteltiin niiden painottamien keinojen avulla, on kuitenkin muistettava että diskurssit ovat luonteeltaan toisiinsa kietoutuneita, ei-inklusiivisia ja niiden elementit vaihtelevat jatkuvasti. Tulosten valossa korostuu neutraaliuden ja konsensuksen tilapäinen luonne. Yrityssivujen rakentaminen on hyvä esimerkki jatkuvasti käynnissä olevasta diskursiivisesta kamppailusta jota käydään tarkkojen ilmaisujen, niiden taustalla olevien selitysten ja näiden satunnaisten näkyville tulevien representaatioiden muodossa. Tätä diskursiivista kamppailua neutraaliudesta käytetään symbolisena työkaluna jatkuvasti päivittyvässä jaetussa Wikipedia-työtilassa, ja se on osoitus Wikipedian potentiaalista agonistisena pluralistisen julkisuuden tilana. Kuitenkin, kamppailujen syystä, tyylistä tai luonteesta riippumatta, Wikipedian jatkuva päivitysmahdollisuus tarkoittaa myös sitä, että näin tuotetut representaatiot ovat aina väliaikaisia. Tämä tarkoittaa sitä, että yksittäiselle käyttäjälle näkyvä yrityksen (julkinen) sivu riippuu aina vierailun ajankohdasta.

5.4 Constructing local heroes – collaborative narratives of Finnish corporations in Wikipedia

Esseessä tarkastellaan Wikipedian suomalaisyritysten sivujen rakentumista 10 vuoden ajanjaksolla (suomenkielisen Wikipedian perustamisesta kesään 2012 saakka) ja sen tarkoituksena on kuvata kuinka Wikipedia toimii esimerkkinä joukkoälystä (*wisdom of the crowd*) sekä yhdessä tuotetusta tiedosta

(*collaborative knowledge*). Erityisenä tavoitteena on tunnistaa diskursiivisen (legitimaatio)kamppailun kohteita ja ulottuvuuksia neutraaliuteen pyrkivissä yritysten kuvauksissa, sekä tunnistaa diskursiivisia/kielellisiä käytäntöjä, joiden kautta arviointiperusteita ja -käytäntöjä tulkitaan sekä merkitään sopiviksi tai epäsopiviksi jaetussa symbolisessa tilassa, jossa ihanteena on neutraalius. Paperissa kuvataan ensinnäkin kuinka Wikipedian editointiprosessi, johon sisältyy editointi ohjeet ja käyttäjäkulttuuri, vaikuttaa yritysten wikipedia-sivuihin. Toiseksi tunnistamme kuinka erilaiset kerronnalliset yksiköt rakentavat yrityssivuja, ja kuinka paikallisuuteen liittyvät teemat liittyvät näihin aiheisiin.

Tyypillinen suomenkielinen yrityssivu koostuu viidestä osasta: yrityksen historia, infolaatikko, taloudelliset tiedot, organisaatio ja liiketoiminta-alueet sekä kritiikki. Kun yrityssivu perustetaan, se yleensä sisältää lyhyen kuvauksen yrityksestä. Seuraavaksi yhteisö alkaa luomaan kuvaa yrityksestä sen historian kautta. Infolaatikko, mallin mukainen taulukko, joka sisältää yksityiskohtia kuten yritystyyppi, toimiala, pääkonttorin sijainti ja tuoreimmat taloudelliset tiedot, lisätään varhaisessa vaiheessa. Myöhemmin täydennetään yksityiskohdilla organisaatorakenteesta, kuten yksiköt tai tytäryhtiöt, yrityksen hallintamalli (*corporate governance*) tai liiketoiminta-alueet.

Seurasimme yrityssivujen luomista luokittelemalla narratiiviset yksiköt joita editorit lisäsivät käyttämällä Barthesin toiminnallisia yksiköitä (informantit, indeksit, katalysaattorit ja perustoiminnot). Tämän luokittelun avulla pystyimme tunnistamaan mitkä narratiiviset osiot kantavat implisiittisempiä merkityksiä ja relevanssia, ja edelleen, mitkä narratiiviset yksiköt ovat kriittisiä "saranoita", käännekohtia Wikipedian yritystarinoissa. Analyysin tuloksena havaittiin että taloudelliset tiedot, omistussuhteet ja infolaatikko löytyivät kategoriasta informantit läpi koko aineiston. Kategoriassa indeksit oli yksityiskohtainen kuvaus yrityksen historiasta ja toiminnasta - eli kullekin yritykselle ominaislaatuiset narratiivit. Tähän kuuluivat tarinat liittyen yrityksen globaaleihin tai paikallisiin toimintoihin (esim. Stora Enson pyrkimykset latinalaisessa Amerikassa), markkinointiponnistelut ja sankarilliset tarinat yksittäisistä teoista tai saavutuksista (esim. Koneen hissien ennätysnopeudet tai yksityiskohtaiset kuvaukset Wihuri-yhtymän eri tuotteista ja palveluista), kertomuksia mainonnasta (esim. DNA:n keskustelua herättäneet mainokset) sekä merkittävät muutokset yrityksen strategiassa (esim. Nokian siirtyminen puhelinbisneksestä palvelubisnekseen). Tähän kategoriaan sijoitimme myös paikallisuuden narratiivin, joka sisälsi yksityiskohtaisia ja kuvailevia tarinoita yritysten toiminnasta nimenomaan Suomessa ja yrityksestä osana suomalaista yhteiskuntaa. Perustoiminnot kategoriaan sijoitimme yksiköt liittyen yritysten yhteiskuntavastuuseen sekä aiheet joissa neutraalisuuspolitiikkaa kyseenalaistettiin esimerkiksi muokkaajien mielipiteiden tai promotionaalisen sävyn vuoksi. Yksiköt tässä kategoriassa usein ryhmittyivät osioon kritiikki, joka oli tyypillinen lähes kaikille 14 tutkitun yrityksen sivuille. Yhteiskuntavastuuseen liittyvät asiat päivittyvät nopeasti (tämän sektorin alle) sitä mukaa kun niistä uutisoidaan. Kritiikki-osiota päivitetään edestakaisin muutaman aktiivisen editoijan

toimesta, mutta toisaalta tämä sektori kerää myös paljon anonyymieditoijia, jotka päivittävät tuoretta uutistietoa.

Läpi kaikkien kategorioiden yrityksiä arvioitiin sekä paikallisesti ja kansallisesti että maailmanlaajuisesti. Yrityksillä ja niiden tuotteilla tai toiminnalla voitiin nähdä erityistä paikallista arvoa (esimerkiksi osana kansallismaisemaa tai kaupunkikuvan rakentajana), kansallista arvoa (esimerkiksi yritysten menestys tai palkittu tuotekehittäminen) tai niiden toiminta voitiin nähdä globaalisti arveluttavana (esimerkiksi yrityskauppojen myötä liittyminen osaksi boikotoitavaa kansainvälistä yritystä tai ympäristöliikkeiden arvostamat toimintatavat).

Tuloksista havaittiin, että Wikipedian avulla yrityksistä piirtyy moniäänisiä, monipuolisia ja poleemisia representaatioita. Analyysi osoitti 14 yritys sivun muutoshistoriasta jälkiä yksilöllisestä toiminnasta, mutta myös sen kuinka suuri vaikutus sosio-teknologisella ja yhteisön konsensuskseen pohjautuvalla järjestelmällä on muokkausprosessiin. Analyysin tulokset näyttävät kuinka avainkäytännöt ja muokkausohjeet määrittävät myös yritystarinoiden rakentumista Wikipediassa. Vahvat ohjeet lähteiden käytöstä ja neutraalista näkökulmasta luovat verkoston mikrotarinoita, jotka rakentavat tietoa monista lähteistä sekä verkon ulkopuolelta että verkosta. Pidemmän ajan kuluessa yritys sivut alkavat muistuttaa toisiaan. Informaation hallintatavat ja merkityksen luonti verkon ulkopuolisesta maailmasta vaikuttavat muokkausprosessiin erityisesti siten, että sanomalehtiä näytetään pidettävän kiistattoman luotettavina lähteinä.

Tulokset näyttävät millaisten kertomusten avulla organisaatioita arvioidaan tietyssä kulttuurisessa ja teknologisessa ympäristössä ajan myötä. Havaintojen mukaan prosessia jolla kerrontaa yrityksistä kerrotaan määrittää vahvasti teknologian lisäksi myös keskeinen sisältöpolitiikka, editointiohjeet ja alustan käyttäjäkulttuuri. Lähteistäminen sekä ei-alkuperäistä tutkimusta sisältöpolitiikka vaikuttaa siihen että sivuja luovat mikrotarinat ovat osa intertekstuaalista verkostoa. Tekstin muokkaukset ilman lähteitä poistetaan nopeasti tai varustetaan kommentilla "lähde puuttuu". Yritys sivujen kohdalla lähteet useimmiten ovat uutissivustoja tai yritysten omia dokumentteja, ja erityisesti kun kyseessä on historialliset tapahtumat tai yritykseen suunnattu kritiikki, tämä toimintapolitiikka johtaa uutislähteiden tuloon yliedustetuiksi. Näin siis perinteisen median ääni kuuluu edelleen vahvana suomenkielisessä Wikipediassa. Lisäksi, aineistossa näkyy kuinka suomenkielisessä Wikipediassa yritysten edustajien on mahdollista muokata omaa sivuaan, kunhan muokkaukset tehdään toimintapolitiikan mukaisesti.

6. Johtopäätökset ja keskustelu

Organisaatiot ja niiden legitimizeetti rakentuu diskursseissa, joiden avulla neuvotellaan siitä millaisille erilaisille käsityksille, arvoille ja uskomuksille pohjautuen tuodaan näkyville sitä millainen yhteiskunnallinen toiminta on hyväksyttävää tai oikeutettua.

Aiemman tutkimuksen perusteella sanotaan että legitimizeetti rakentuu yhdessä jaettujen arvojen pohjalle (Suchman 1995). Näitä yhteisiksi jaettuja arvoja luodaan vuorovaikutuksessa, ja tämä vuorovaikutus on nykyaikana pääosin mediavälitteistä (Deephouse & Suchman 2008, Campbell 2007). Median välityksellä muodostuvaa legitimaatiota on tutkittu pääosin valtamedian tuottamien tekstien avulla, tutkimalla esim. pääkirjoituksissa tai yritysten itse tuottamien tekstien (mm. yritysten verkkosivujen) avulla, tai toimituksellisen prosessin läpikäyneiden tekstien avulla (esim. Vaara & Tienari 2008, Vaara ym 2007). Tutkimuksissa on tällöin myös tunnustettu se, että näin syntyvä kuva on riittämätön sillä niissä kuuluu lähinnä valtaapitävien ääni (Erkama & Vaara 2010). Oma tutkimukseni laajentaa tätä mediavälitteisesti rakentuvaa legitimaation kuvausta osallistuvan verkkojulkisuuden kautta. Tutkimukseni ei ole strategisen legitimaation alalta, vaan osa institutionaalista diskursiivista legitimaation tutkimusta ja sen kohteena on verkossa muodostuvat legitimizeetin lähteet, moraalinen arviointi sekä diskursiivinen kamppailu organisaatioista ja niiden toiminnasta legitimizeetin subjekteina.

Tutkimus pyrkii näyttämään kuinka verkossa käytävä diskursiivinen kamppailu tiettyjen ei-ennalta-asetettujen teemojen ympärillä toimii legitimizeetin edellytyksenä ja mahdollistajana. Verkkojulkisuus on luoteeltaan moniäänistä ja monipuolista, ja siihen osallistuminen on helppoa, joten se muodostaa uudenlaisen legitimizeetin lähteen, jossa journalistien asema portinvartijana ei ole yhtä merkittävä kuin aiemmin ja jossa tuki esitetyille asioille syntyy niiden sisällön eikä esittäjän aseman tai arvovallan kautta. Moraalinen arviointi organisaatioiden toiminnasta liittyy sekä niiden toimintaan yleensä, tai erikseen ajassa tai paikassa oleviin laajempiin kysymyksiin, kuten ympäristönsuojelu globaalisti tai lokaalisti, tai yhteiskunnallista tasa-arvoa mahdollisesti horjuttaviin käytäntöihin, kuten esimerkiksi johdon palkitseminen.

Työssä lähdin tutkimaan, miten kiistelevä verkkojulkisuus toimii osana diskursiivista tilaa jossa organisaatioiden legitimizeetti rakentuu. Empiiriseen tarkastelukontekstin muodostivat erilaiset verkkokeskustelutilat ja niissä rakentuvat ehdot joiden puitteissa legitimizeettiä rakennetaan. Kun tarkasteltiin kuinka suuri yleisö esittää moraalista arviointia diskursiivisen

kamppailun keinoin tietyistä organisaatioista, niiden toiminnasta tai organisatorisista toimista verkkojulkisuudessa, apuna käytettiin neljää alatutkimuskysymystä. Tässä luvussa vastaan ensin kysymyksiin yksi kerrallaan, ja sen jälkeen pohdin tuloksia kokonaisuudessaan. Lopuksi pohdin vielä tutkimuksen käytännöllisiä ja yhteiskunnallisia johtopäätöksiä sekä jatkotutkimuksen aiheita.

Kooste: tutkimuskysymykset ja tulokset

Alakysymys	Vastaus
<p>Verkkokeskusteluun osallistuva suuri yleisö legitimiteetin lähteenä: Miten suuri yleisö toimii legitimaation rakentajana uutiskeskustelussa? Millaisten diskursiivisten prosessien (ja retoristen taktiikoiden) avulla yleisö osallistuu yritysten toiminnan legitimointiin?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - virtuaaliset, ad hoc -sidosryhmäyhteisöt synnyttävät ja edistävät diskursiivista kamppailua - yhteisöt käyttävät vaikutusvaltaansa jäsentämällä uudelleen merkityksellisiä nousevia teemoja - organisaatiot sijaiskohteina laajemmille sosiaalisille ja poliittisille epäkohdille - suuri yleisö ei-institutionaalisen sidoshakuisena ryhmänä - fokus siirtyy sidosryhmien hallinnasta uusien, vasta muodostumassa olevien ryhmien ja niiden ajamien teemojen tunnistamiseen - verkossa muodostuvan osallistumisen hallitsematon luonne
<p>Legitimaation subjektipositiot: Millaisista subjektipositioista käsin verkkokeskustelun diskursseissa tehdään moraalista arvioita toiminnan legitimiudesta?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - toimija-asetmat rakentuvat diskursiivisesti sen mukaan miten yritysten ja niiden toimintojen/järjestelmien vastuun katsotaan asetuttavan - näistä subjektipositioista käsin tehdään moraalista arviointia (siitä millainen toiminta, yksilöllisesti, järjestelmien tai yritysten tasolla, on yhteiskunnallisesti sopivaa) - verkossa tapahtuvaan diskursiiviseen rakentamiseen osallistuminen on helppoa ja sitä tapahtuu pienten yksittäisten kysymysten kautta osana suurempia teemoja- toiminnan mahdollisuudet vaihtelevat yksilöllisestä näkökulmasta yhteiskunnalliseen ja avaa vaihtelevia ja moniäänisiä näkemyksiä myös laajemmin yhteiskunnallista epätasa-arvoa koskien
<p>Legitimaation kohteet/subjektit: Minkä hyväksyttävyyttä arvioidaan, kun yritystoimintaa legitimoidaan? Miten legitimaation kohteita ja ulottuvuuksia jäsenetään joukkoistetun tiedontuotannon areenalla Wikipediassa?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - yrityksistä, niiden tuotteista/palveluista sekä toiminnasta yleensä sekä ympäristöön ja lainsäädäntöön liittyen erityisesti, sekä lokaalisti että globaalisti tehdään arvioita Wikipediassa diskursiivisen kamppailun keinoin -kamppailu voidaan luokitella kahteen kategoriaan pragmaattiseen ja moraaliseen arviointiin -vaatimus neutraalista näkökulmasta on työkalu, jonka avulla kiistoja voidaan paikallistaa. -kielellisessä kamppailussa käytetään esim. sanavalintojen ja tiedon varmuusteen vaihtamisia, ja muutoksia perustellaan ulkoisten lähteisiin vetoamalla. Erityisesti uusia, kriittisiä argumentteja esille tuotaessa lähteiden merkitys korostuu, samaten niiden kumoamisessa
<p>Legitimiteetin kerronnallinen rakentuminen: Miten organisaatioita arvioidaan tiettyssä kulttuurisessa ja teknologisessa ympäristössä (Wikipedia) ajan kuluessa</p>	<ul style="list-style-type: none"> - kerronnan prosessiin yritystarinoissa Wikipediassa vaikuttaa teknologia, avainkäytännöt, editointiohjeet ja kollektiivinen käyttäjäkulttuuri - vaatimukset lähteistä ja neutraalista näkökulmasta auttoi luomaan mikrotarinoita useista eri lähteistä. - Wikipedian säännöt, käytännöt ja ohjeistukset rajoittavat legitimiteetikamppailua hyväksymällä vain tietyn tyyppisiä argumentteja ja merkitsemällä toisia epäsoviksi. - ajan myötä yritysartikkelit alkavat myös samankaltaista rakenteeltaan ja muodoltaan ja näin kuvaus yrityksen toiminnasta "faktualisoituu", neutralisoituu; lähestyy dominoivaa diskurssia/kertomusta - verkon ulkopuoliset informaatiojärjestelmät ja merkityksenannot vaikuttavat editointiprosessiin erityisesti sanomalehtien kautta - paikalliset, kansalliset ja kansainväliset merkitykset

6.1 Verkkokeskusteluun osallistuva suuri yleisö legitimiteetin lähteenä

Aiemmassa tutkimuksessa legitimaation lähteiksi on mainittu sisäiset ja ulkoiset yhteisöt ja näitä ulkoisia yhteisöjä ovat legitimiteettiä myöntävät auktoriteetit (kuten esimerkiksi lainsäädäntöelimet, sertifioijat), media sekä suuri yleisö. Tässä tutkimuksessa huomio kiinnitettiin nimenomaan suureen yleisöön ja verkkojulkisuuteen laajan osallistumisen mahdollistajana. Tavoitteena oli selvittää mitä lisätietoa verkkokeskusteluja tutkimalla saadaan suuresta yleisöstä legitimiteetin lähteenä median uutiskomentoinnin kautta.

Tutkimuksessa huomattiin että verkossa syntyy uudenlaista sidosryhmä-osallisuutta. Kommentointipalstat mahdollistavat nopeasti muodostuvien ja yksittäisten kiinnostuksenkohteiden ympärille rakentuvien ad hoc-yhteisöjen synnyn. Näillä yhteisöillä ei ole muodollista hierarkiaa tai sääntöjä, vaan ne saavat alkunsa kiinnostuksesta kokoontua virtuaalisesti yhteen keskustelemaan tietyistä asioista tai aiheista. Keskustelun jatkuessa osallistujat tuovat mukaansa näkemyksensä käsiteltävistä aiheista, ja nämä näkemykset voivat pohjautua omiin kokemuksiin, muiden viiteryhmien tai median ja kirjallisuuden kautta hankittuun tietoon. Keskusteluyhteisöjen vaikutusvalta syntyy siitä, että niissä annetaan ääni yhteiseksi koetuille huolenaiheille, ja niiden tuloksena syntyy tietoa sekä määriteltävistä ongelmista että uudelleen jäsennyksistä siitä mitkä teemat koetaan merkittäviksi.

Verkkokeskusteluun luontaisesti kuuluvan moniäänisen kiistelyn vuoksi tuloksena ei synny yhtä yhteistä tai sitovaa kompromissia tai konsensusta aiheesta, eikä sellainen ole tavoitteenakaan. Keskustelu usein rönsyilee asiasta toiseen, ja tarkasteltava ilmiö näyttäytyy hyvin erilaisissa valoissa. Keskustelu voi lähteä liikkeelle tietystä organisatorisesta käytännöstä (kuten esimerkiksi tehtaan uudelleensijoittaminen ja siitä seurauksena irtisanomiset), mutta rönsyillessään ja syvetessään keskusteluun mukaan tulee laajempia yhteiskunnallisia ja poliittisia epäkohtia ja huolenaiheita. Tulosten perusteella väitämme, että organisaatiot (ja organisatoriset toimet) keskusteluissa usein toimivat myös sijaiskohteina (*proxy target*), joita käytetään nimenomaan näiden laajempien huolenaiheiden esilletuontiin. Näin siis juuri verkkokeskustelujen epämuodollinen, pirstaloitunut ja salliva luonne mahdollistaa ja edistää diskursiivista kamppailua.

Suuri yleisö voi tilapäisten ja satunnaisten virtuaaliyhteisöjen kautta ottaa toissijaisen sidosryhmän tai paremmin sidosryhmän asemaa tavoittelevan ryhmän roolin, ja näin muodostunut ryhmä ottaa kantaa yhteiskunnalliseen keskusteluun. Tällaisten sidosryhmien rooli on ei-institutionaalinen ja usein sivuutettu ei-merkittävänä, mutta niiden tunnistaminen on tärkeää sidosryhmien osallisuuden (*engagement*) ja hallitsemattoman luonteen ymmärtämiseksi. Samalla haaste siirtyy sidosryhmien hallinnasta suuren yleisön roolin ja merkityksen tunnistamiseen, ja siihen kuinka agonistisessa ja moniäänisessä yhteiskunnassa yritysten toiminnalle määritellään mahdollisuusehtoja – ja näiden kautta niitä yleisiä, kulttuurisia ja sosiaalisesti tuotettuja käsityksiä, uskomuksia ja arvostuksia siitä mikä kulloinkin yhteiskunnassa pidetään yleisesti sopivana toimintana (Suchman 1995).

6.2 Legitimaation subjektipositiot

Tämän esseen avulla pyrittiin selvittämään millaisia toimija-asemia verkkokeskustelun diskursseissa syntyy ja miten niistä käsin rakentuu moraalisia arviointeja organisaatioiden toiminnan legitimiudesta. Diskurssiteorian mukaan subjektipositiot ovat diskursiivisissa prosesseissa rakentuvia ja jäsentäviä toimija-asemia (Laclau & Mouffe, 1985, 115). Diskurssit siis määrittävät aina asemat jotka ihmiset voivat subjekteina ja kollektiivisesti vallata. Moraalinen arvio toiminnan legitimitetistä taas tarkoittaa erityisesti organisaatioiden oikeudenmukaisuudesta ja vastuullisuudesta sekä yhdenmukaisuudesta yhteiskunnassa vallitseviin arvoihin tehtävää arviointia.

Tutkimuksessa käsiteltiin johdon palkitsemisesta käytyä keskustelua, ja havaittiin kuinka toimija-asemat rakentuvat diskursiivisesti sen mukaan mihin vastuun katsotaan asettuvan: onko vastuu yksilöllillä, järjestelmällä, yrityksillä vai koko yhteiskunnalla. Tulokset osoittivat kuinka erilaisia diskursseja liittyen johdon palkitsemiseen organisatorisena käytäntönä luodaan, uudelleen tuotetaan ja haastetaan verkkojulkisuudessa.

Tunnistetut diskurssit (ahneus, sopimukset, solidaarisuus sekä jakamisen oikeudenmukaisuus) osallistuvat yhteiskunnallista tasa-arvoa koskevaan keskusteluun tulojaosta ja erityisesti organisaatioiden epäreiluksi tai epätasa-arvoiseksi koetun johdon palkitsemisjärjestelmän moraaliseen legitimaatioon. Kun diskurssit oli tunnistettu, päästiin tarkastelemaan millaisia subjektipositioita, ja sen myötä erilaisia yhteiskunnallisen toiminnan mahdollisuuksia keskustelussa rakentuu. Ahneus-diskurssi rakentuu seikkailunhaluisen yksilön ideaalille, ja sopimukset-diskurssi taas laskelmoidulle puntaroinnille tasapuolisen tason panoksista ja tuotoksista. Solidaarisuus-diskurssissa edistetään yhteistyötä ja neuvottelua ja jakamisen oikeudenmukaisuus -diskurssissa problematisoidaan koko markkinajärjestelmää ja sen voitontavoittelua.

Diskursiivisen kamppailun analyysin avulla kuvasin kuinka keskustelu kannusteista, palkitsemisjärjestelmistä ja palkitsevista yrityksistä liittyi osaksi laajempia yhteiskunnallisia kysymyksiä kuten oikeudenmukainen jakaminen, yritysten rooli yhteiskunnassa ja työn muuttuva luonne. Kun keskustelupalstat, esimerkkinä verkkojulkisuuden osallistuvista sisällönjakopalveluista (ks. Kaplan & Haenlain 2010, 63) tarjoavat osallistumismahdollisuuden laajemmalle yleisölle, diskursiivinen kamppailu legitimitetistä saa uusia nyanseja: osallistuminen keskusteluun on helpompaa entistä useammille ja sitä tapahtuu pienten yksittäisten kysymysten kautta osana suurempia teemoja. Tämän myötä tarjoutuu mahdollisuus uusille kollektiivisen identiteetin rakennuspuille, entistä monipuolisemmille subjekti-asemille ja toiminnan mahdollisuuksille.

Tutkimus näytti kuinka verkkojulkisuus on tuonut uusia mielipiteen esittämisen kanavia vanhojen rinnalle, ja nämä uudet kanavat ovat entistä osallistuvampia. Vaihtoehtona ja täydennyksenä perinteisten kanavien tarjoamille mahdollisuuksille (kuten esimerkiksi lehtien julkaistavaksi valitsemat mielipidekirjoitukset), keskustelupalstat ovat luoneet tilaa

yksilöllisille ja kollektiivisille vaikutusmahdollisuuksille ymmärtää ja haastaa manageriaalisten diskurssien tarjoamia subjektiviteetteja. Tuloksista tulee ilmi kuinka erilaisia toimija-asemia ja yhteiskunnallisen toiminnan mahdollisuuksia verkkokeskustelusta nousee, ja kuinka niiden puitteissa käydään kamppailua hegemoniasta. Tutkimus osoittaa kuinka arviointi johdon palkitsemisesta avaa kiinnostavia, monipuolisia ja moniäänisiä näkökulmia yritysvastuuseen ja yhteiskunnalliseen tasa-arvoon laajemminkin. Diskursiivisen kamppailun ja subjektipositoiden kautta tapahtuva tarkastelu organisaatioiden legitimititeetistä ottaa huomioon sen kuinka arviointiprosessissa aina tietynlaiset toimintamahdollisuudet näyttäytyvät johdonmukaisempina kuin toiset.

6.3 Legitimaation kohteet/subjektit

Tämän kysymyksen avulla pyrittiin osoittamaan minkä hyväksyvyyttä arvioidaan, kun yritystoimintaa legitimoidaan joukkoistetun tiedontuotannon välinein sekä miten näin tunnistettuja legitimaation kohteita voidaan jäsentää ja jaotella. Aiemmassa tutkimuksessa legitimaation kohteeksi on mainittu seuraavat: ”teko, sääntö, proseduuri, rutiini, jakelu, asema, ryhmä tai tiimi, ryhmän statusrakenne, ryhmätyö, asemarakenne, auktoriteettijärjestelmä, organisaatio, organisatoriset symbolit, organisaation muoto, käytännöt, palvelut, ohjelmat, menettelytapa, valtajärjestelmä, epätasa-arvoisuuden järjestelmä” (Deephouse & Suchman 2008, 54). Tässä tutkimuksessa tarkasteltiin organisaatioiden representaatioita julkisessa joukkoistetun tiedontuotannon areenalla, verkkotietosanakirja Wikipediassa ja osoitettiin kuinka organisaatioita ikään kuin neutraalina kohteena käsittelevät tietokirja-artikkelit pitivät sisällään monimutkaisia kamppailuja sisältäen ongelmia niiden asemassa, käytännöissä, palveluissa ja menettelytavoissa.

Arvioinnin kohteena olivat Wikipedian yritysrepresentaatioissa muokkaushistorian ja keskustelusivujen kautta näkyville tulevat kamppailut. Analyysi näytti kuinka arvioinnin kohteena olivat yritykset, niiden tuotteet tai palvelut sekä niiden toiminta ja toimintatavat yleensä, ja erityisesti liittyen ympäristöön ja lainsäädäntöön, sekä lokaalisti että globaalisti. Wikipedian käyttösääntöjen mukainen vaatimus neutraalista näkökulmasta on hyvä työkalu, jonka avulla kiistoja voidaan paikallistaa. Kielellisesti kamppailussa käytetään esimerkiksi sanavalintojen ja tiedon varmuusteen vaihtamisia, ja muutoksia perustellaan ulkoisten lähteisiin vetoamalla. Erityisesti uusia, kriittisiä argumentteja esille tuotaessa lähteiden merkitys korostuu, samaten niiden kumoamisessa.

Kamppailun ulottuvuudet jäsennettiin kahteen kategoriaan, joista yritysten, niiden tuotteiden ja toiminnan yleinen luonnehdinta on yksi kategoria ja yritysten toiminnan ympäristöllinen ja lainmukaisuuden arviointi toinen kategoria. Legitimiteetin kannalta ensimmäinen kategoria sijoittuu pragmaattiseen arviointiin siitä miten yritysten ja niiden tuotteiden sekä

toiminnan tehokkuuden nähdään toimivan ja hyödyttävän arvioita esittäviä yksilöitä. Tästä esimerkkinä ovat yritykset kuvata yritysten tuotteita tai toimintaa erityisen positiivisena sopivien adjektiivien avulla. Yritysten ja ympäristön sekä lainsäädännön suhteista käytävä arviointi sijoittuu moraalisen legitimitietin alueelle, jolloin arviointi on tietoista punnintaa siitä kuinka hyvin yritysten toiminta on linjassa yhteiskunnassa vallitseviin arvoihin oikeudenmukaisuudesta ja vastuullisuudesta. Tämä arviointi tapahtui erityisesti tuomalla voimakassanaista kritiikkiä yrityksiä kohtaan vetoamalla esimerkiksi niiden toiminnan saastuttavuuteen tai rikkeisiin esimerkiksi työaikalainsäädännön osalta.

Tutkimuksessa osoitettiin kuinka Wikipedian erityinen osallistuva järjestelmä ja erityisesti neutraaliuden vaatimus työkaluna tekee Wikipediasta jaetun symbolisen areenan organisaatioiden legitimitietin julkiselle rakentamiselle. Tällä areenalla erilaisia näkemyksiä siedetään ja yhteisiä arvoja ja periaatteita (kuten neutraaliuden vaatimusta) kunnioitetaan. Näytettiin myös neutraaliuden käsitteellinen ongelmallisuus: ei ole olemassa yhtä oikeaa ja neutraalia totuutta, jonka mukaan kiisteleviä näkemyksiä voisi arvioida ja lopullisesti sopia. Wikipedia kuitenkin läpinäkyvyytensä ansiosta tarjoaa sisällön- ja tiedontuotannon alustan, jossa kilpailevat diskurssit ovat saatavilla ja siten jatkuva kamppailukin tulee näkyville.

6.4 Legitimitietin kerronnallinen rakentuminen

Tämän kysymyksen avulla pyrittiin selvittämään miten legitimitietti rakentuu ajan myötä kerronnallisesti, eli miten organisaatioita arvioidaan tietyssä kulttuurisessa ja teknologisessa kollaboratiivisessa verkkoympäristössä useamman tarkasteluvuoden aikana. Tämä tapahtui osoittamalla miten narratiiveja suomalaisyrityksistä tuotetaan Wikipediassa sekä tarkastelemalla miten käsityksiä paikallisuudesta ja kansallisuudesta esitetään näiden kamppailujen kautta.

Tutkimuksessa analysoitiin kuinka Wikipedian kerronnan prosessiin Wikipediassa vaikuttavat vahvasti teknologia, avainkäytännöt, editointiohjeet ja kollektiivinen käyttäjäkulttuuri. Analyysin tuloksena huomattiin kuinka erityisesti vaatimukset neutraalista näkökulmasta, lähteistämisestä ja ”ei uutta tutkimusta” -periaate vaikuttivat siihen että mikrotarinat rakentuivat useista eri lähteistä. Toisaalta, Wikipedian säännöt, käytännöt ja ohjeistukset myös rajoittavat legitimitiettikamppailua hyväksymällä vain tietyn tyyppisiä argumentteja ja merkitsemällä toisia epäsopeviksi. Tämä näkyy siinä kuinka jotkut täydennykset kertomuksiin, kuten esimerkiksi yritysten historian tai taloudellisiin lukuihin, hyväksyttiin heti faktoina; kun taas jotkut tarinat, esimerkiksi yksityiskohtaiset kuvaukset yritysten strategiasta tai sidosryhmäsuhteista asetettiin usein kiistanalaisiksi. Lisäksi Wikipedian toimintakäytännöt johtavat siihen, että pidemmällä aikavälillä kuvaus yrityksen toiminnasta sekä neutralisoituu että faktualisoituu, lähestyy dominoivaa

diskurssia, kun ajan myötä yritysartikkelit alkavat olla rakenteeltaan samanlaisia.

Vaatus neutraalista näkökulmasta johtaa siihen, että esitettyjä näkemyksiä joudutaan perustelemaan monipuolisten lähteiden avulla, ja nämä lähteet voivat olla joko yritysten itsensä tuottamia (yritysten toimintakertomukset, verkkosivut, pr-materiaali) tai ulkopuolisten tahojen (median uutisjutut, -analyysit ja -kommentit sekä esim. kansalaisjärjestöjen materiaali). Tulokset siis näyttävät kuinka organisaatioiden legitimizeettiä ei rakenneta tyhjiössä tai vain yhdellä areenalla kerrallaan, vaan konkreettisesti osoitetaan kuinka kamppailu kietoutuu yhteen muiden tekstien ja diskurssien kanssa. Verkon ulkopuoliset informaatiojärjestelmät ja merkityksenannot vaikuttavat editointiprosessiin erityisesti sanomalehtien kautta, sillä niiden juttuja pidetään yleisesti ja kiistattomasti luotettavina tiedonlähteinä.

Tulokset näyttävät myös selvästi moraalisen legitimizeetin rakentumisen osana paikallista, kansallista ja maailmanlaajuista toimintakulttuuria. Yritykset voidaan nähdä selkeästi niitä pönkittävinä, rikastuttavina tai horjuttavina ja usein myös tuotiin näkyville erilaisiin toimintakulttuureihin liittyvät ristiriitaisuudet. Saman yrityksen paikallinen tai kansallinen toiminta voidaan esimerkiksi historiallisen painoarvonsa myötä nähdä arvokkaana samalla kuin kyseenalaistetaan sen toiminta monikansallisen yhtiön osana tai ympäristökysymyksiin liittyen.

6.5 Keskustelu

Tässä tutkimuksessa olen osoittanut kuinka verkkojulkisuus, sallimalla myös hajanaisen ja affektiivisen ilmaisun, tarjoaa areenan ei-rationaalille ja ei-konsensushakuiselle keskustelulle organisaatioiden oikeutuksesta. Verkko tarjoaa kanavan kiistelevälle moniarvoisuudelle, ja diskursiiviselle merkityskamppailulle, jossa toistetaan, haastetaan ja muokataan uudelleen vallitsevia käsityksiä koskien tärkeitä yhteiskunnallisia kysymyksiä (kuten yritysten ja yhteiskunnan väliset suhteet, valtajärjestelmä ja epätasa-arvo).

Aiemmissa legitimaation tutkimuksissa on keskitytty paljolti organisaation näkökulmiin, ja tässä tutkimuksessa huomio kiinnittynyt suuren yleisön rooliin, verkko-osallistumisen muodossa/kautta. Suurta yleisöä ja mediaa on aiemmin tarkasteltu esimerkiksi ”derivatiivisena” sidosryhmänä, ryhminä jotka ovat organisaation näkökulmasta legitimejä silloin kun ne voivat vaikuttaa ”normatiivisten” sidosryhmien ja organisaatioiden toimintaedellytyksiin joissakin tilanteissa positiivisesti tai negatiivisesti (Phillips 2003). Tässä tutkimuksessa suuren yleisön roolia pidetään merkittävänä jo senkin vuoksi, että legitimizeetti jo lähtökohtaisesti syntyy subjektiivisten ja kollektiivisten näkemysten kautta – ja suuri yleisö voi löyhänäkin sidosryhmänä (tai sidoshakuisena ryhmänä) julkisessa keskustelussa ottaa kantaa asioihin jotka muuten ovat vasta ilmassa, ja keskustelussa muodostuvien diskurssien ja subjektipositioiden kautta tuottaa mahdollisia kannanottoja, jotka muovaavat

vallitsevia yhteiskunnallisia käsityksiä organisaatioista ja niiden toiminnasta. Verkkojulkaisuudessa muodostuva entistä osallistuva julkisuus ei välttämättä tarkoita ennestään täysin tuntemattomia tai uusia diskursseja (kuten esimerkiksi massairtisanomisten tarkastelu teemojen työntekijä, kuluttaja, osakkeenomistaja ja yritys kautta tai Wikipedian yritysartikkeleita muovaava promotionaalisen ja kriittisen diskurssin välinen kamppailu), mutta merkittävänä tässä onkin juuri keskustelun ja osallistumisen *julkisuus*, sillä aiemmin keskustelua esimerkiksi yritysten huonosta palveluista tai huonoista käytännöistä on käyty kahdenvälisesti, asianomaisten kesken ja laajempaan julkisuuteen ne ovat nousseet vasta jonkun uutismedian tartuttua asiaan. Samaten tässä tutkimuksessa esille tuotu *kiistely* ei tarkoita vaan esimerkiksi organisaatioiden omaa kantaa suhteessa johonkin heitä moittivaan tai arvostelevaan tahoon, vaan sitä kuinka kaikki keskusteluun osallistujat voivat puolustaa, horjuttaa tai tyrmätä kaikkien muiden osallistujien kantoja. Näin kuva legitimitetin rakentumisesta täydentyy ja monipuolistuu.

Tutkimus osoittaa että verkkofoorumeita on mahdollista käyttää viestinnällisinä tiloina erityisesti fasilitoimalla jatkuvaa diskursiivista merkityskamppailua organisaatioiden legitimitetistä osana yritysten ja yhteiskunnan välisiä suhteita, ja että tällaiset tilat ovat tärkeitä demokratian toimivuuden kannalta. Aiemmassa tutkimuksessa verkkofoorumeita on arvioitu etupäässä suhteessa habermasilaisiin deliberatiivisuuden ihanteisiin, ja niiden on todettu olevan ”rikki” (Zamith & Lewis, 2014), epäkohteliaita (Coe, Kenski & Rains, 2014) tai muuten huonolaatuisia, erityisesti journalistisista näkökohdista (Ruiz ym. 2011; Nielsen, 2014). Tällaisen ajattelun mukaan spontaanin ja epämuodollisen verkkovuorovaikutuksen poliittinen arvo kyseenalaistetaan koska se on luonteeltaan fragmentoitunutta, puhekielistä ja tunteenomaista ja siten ongelmallista harkintaan ja järkeilyyn perustuvan deliberatiivisen ja konsensusta tavoittelevan argumentaation näkökulmasta. Vastaavasti agonistisen pluralismin näkökulmasta, verkkokeskustelu kantaa aivan erityistä poliittista arvoa juuri sen reaktiivisten ja epämuodollisten piirteiden ansiosta. Tutkimukseni osoittaaakin että verkkojulkisuus edistää jatkuvaa vallitsevien/dominoivien diskurssien problematisointia ja uudelleenartikulointia ja tarjoaa arvokkaita resursseja legitimaatiokamppailuille. Tuloksissa näkyy kuinka verkossa arvioidaan organisatorisia käytäntöjä (kuten irtisanomiset tai johdon palkitseminen) tai organisaatioita sinänsä (Wikipedian yritystarinat), mutta keskustelu laajenee tästä käsittämään ei vain yksittäisiä yrityksiä, niiden toimintaa tai käytäntöjä, vaan myös laajemmin organisaatioita osana valtajärjestelmää tai epätasa-arvoisuutta tuottavaa järjestelmää.

Tutkimus osoittaa myös kuinka ihmisillä on tarve osallistua jokapäiväiseen keskusteluun yritysten roolissa yhteiskunnassa, ja sanomalehtien keskustelupalstoja, verkkofoorumeita ja Wikipediaa käytetään tähän tarkoitukseen. Näillä eri foorumeilla esille tulee vaihtoehtoisia moraalisia ja poliittisia tulkintoja ja representaatioita yritysten ja yhteiskunnan välisistä suhteista. Näin siis verkko, tarjotessaan areenan jolla tuodaan esille, vaihdetaan, sekoitetaan ja luodaan kulttuurisia merkityksiä, muodostavat

uudenlaista julkisuutta joka täydentää perinteistä mediajulkisuutta. Verkon tekstien julkisuus, aikaan kiinnittyminen ja arkistoitavuus mahdollistavat myös sen, että päästään käsiksi tarkkoihin ilmauksiin, joiden kautta merkityskamppailua käydään. Eri foorumeihin liittyvät ohjeet ja säännöt (mm. rekisteröityminen, käytösäännöt, moderointi) ja niiden oma käyttäjäkulttuuri vaikuttavat myös siihen millaiseksi kamppailu muodostuu - ja näitä tarkastelemalla voidaan sanoa jotakin sekä periaatteista että käytännöistä joiden puitteissa moniäänisyyttä pyritään ylläpitämään. Tutkimuksen perusteella nousi esiin kiinnostavia näkökulmia esimerkiksi neutraalin representaation vaikutuksiin: kun joillakin joukkoistetun tiedontuotannon areenoilla (esimerkiksi Wikipediassa) neutraaliutta halutaan erityisesti vaalia, se osaltaan aiheuttaa kuvausten samankaltaistumista ja valtavirtaistumista. Sen sijaan vapaamuotoisemman sisällön jako- ja arviointiareenoilla (kuten esimerkiksi yksityiset keskusteluyhteisöt) vastaavanlaista neutraaliuden vaadetta ei ole, keskustelu rönsyää monipuolisesti ja yhtä yhteisesti hyväksytyä näkökulmaa ei ole tarkoitukseen syntyä. Median ylläpitämiä kommentointipalstoja taas säätelee niiden omat säännöt, joissa usein toivotaan ”asiallista, lain ja hyvän maun mukaista” (HS kommentointiohje), ja moderaattorit voivat tarvittaessa poistaa viestejä etu- tai jälkikäteen. Yhtenäistä tai hallitsevaa kuvaa keskusteltavista asioista ei näiden toimien johdosta synny, mutta kommenttipalstojen pitäjillä on ainakin mahdollisuus ohjata keskustelua haluamaansa suuntaan. Syksyllä 2015 jotkut mediat, kuten ainakin HS Nyt ja MTV, poistivat uutisjuttujensa kommentointimahdollisuuden kokonaan joksikin aikaa epäasiallisen viestitulvan johdosta (Pullinen 2015, MTV 2015) Tällainen keskusteluun vaikuttaminen palvelun omistajan toimesta on yksi esimerkki sekä määrittelyvallan keskittymisestä mediajäteille että vapaan verkon ”kolonialisoitumisesta” (Dahlberg 2007).

Tutkimukseni tuottaa uutta ymmärrystä siitä kuinka organisatorisia käytäntöjä legitimoidaan verkkojulkisuudessa. Kun joku tunnistettu yhteiskunnallinen ongelma, esimerkiksi kasvava epätasa-arvoisuus, nousee pinnalle, näkyville tulee myös monilukuisia ja vasta-hegemonisia diskursseja, ja siksi on tärkeää analysoida kamppailun vaihtoehtoisia tulkintoja - sillä ei ole yhdentekevää millaiset versiot yhteiskunnallisesta todellisuudesta kulloinkin saavat jalansijaa. Tutkimuksen tulosten valossa korostuu myös laajan yleisön aktiivisen osallistumisen merkitys. Vaikka yritysten roolia yhteiskunnassa, organisaatioiden legitimaatiota, verkkokeskusteluja ja Wikipediaa on tutkittu aikaisemminkin, tässä tutkimuksessa nämä lähestymistavat yhdistetty julkisuusteoriaan ja niitä on tarkasteltu nimenomaan agonistisen pluralismin eli kiistelevän moniäänisyyden viitekehyksessä. Osoitettiin kuinka laaja osallistuminen tekee verkosta osan uudenlaista, jatkuvasti muotoutuvaa ja neuvoteltavaa julkisuutta, jota yksikään osapuoli ei yksin voi hallita. Kiistelevä verkkojulkisuus muodostaa diskursiivisen areenan, jossa erilaisia näkökulmia siedetään ja jossa kulloinkin yhdessä sovittujen neuvoteltavien symbolisten työkalujen (kuten käyttöohjeet ja -säännöt) merkitystä kunnioitetaan, ja jota teknologinen kehitys muuttaa. Kuitenkin tutkimus osoittaa myös että tämän julkisuusareenan jatkuvaan muutokseen ja symbolisiin työkaluihin liittyvän

problemaattisuuden, esimerkiksi osoittamalla kuinka mitään täysin neutraalia tai oikeaa positiota kilpailevien näkökulmien välillä ei ole mahdollista lopullisesti saavuttaa. Verkkojulkisuus on kuitenkin erityislaatuisen läpinäkyvää ja sen vuoksi diskursiivinen merkityskamppailu yritysten toiminnan legitimeetistäkin tulee entistä selvemmin esille. Tämä vastaa myös Mouffen käsitystä neutraaliuden tai konsensuksen mahdottomuudesta ja painottaa tärkeyttä ymmärtää internet-sisällön monitasoista ja heilahtelevaa luonnetta. Postmodernissa virtuaalidellisuudessa kaikkien osallistujien, olivatpa he sitten satunnaisia käyttäjiä, aktiiveja kannanottajia, tunnustettuja editoreita tai yritysten edustajia, tulisi tunnistaa ja ymmärtää verkkojulkisuuden agonistinen luonne.

Diskurssiteorian periaatteiden mukaisesti on huomattava, että tutkimuksen avulla tunnistetut diskurssit, kamppailut ja subjektiasemat eivät ole pysyviä, vaan ne vastaavat subjektien moninaisia sosiaalisia suhteita. Analyysin tarkoituksena olikin tehdä näkyväksi subjektipositoiden lukuisuus, ja näin osoittaa kuinka diskursseilla on rooli yhteiskunnallisen järjestyksen luonnissa ja uudelleenmuotoilussa. Tutkimus osoittaa myös kuinka erilaisten yleisöjen luonne ja rakenne (esimerkiksi erilaisten sanomalehtien verkkopalveluiden tai muiden foorumeiden lukijat ja keskustelijat, mielipidekirjoittajat tai Wikipedian sisällönmuokkaajat), vallitsevan julkisen mielipiteen ehdot ja olosuhteet (esimerkiksi valtamedian esille tuomat diskurssit, toimituspolitiikka, tietyn verkkopalvelun ohjeet ja käyttösäännöt sekä käyttäjäkulttuuri) sekä kulloinkin julkisen keskustelun alaisena olevat asiat (nousevat teemat ja aihekokonaisuudet) rakentavat verkkojulkisuudesta tietynlaista julkista tilaa, jossa perinteisten ammattimaisten välittäjien tai portinvartijoiden rooli muuttuu. Yleisön osallistumismahdollisuudet ja sitä kautta verkkojulkisuus muotoutuu jatkuvasti teknologian ja käyttäjiensä myötä, ja siihen vaikuttavat kaikki ne diskurssien ja retoriikan muodot joita siellä esiintyy.

6.5.1 Tutkimuksen käytännölliset ja yhteiskunnalliset johtopäätökset

Tutkimuksen johdannossa määrittelin haluavani tutkia yrityksistä ja niiden toiminnan oikeutuksesta verkossa käytävää julkista keskustelua osana laajempaa yhteiskunnallista keskustelua. Lisäksi halusin osoittaa kuinka verkkojulkisuus on tuonut uudenlaisia osallistumisen ja vuorovaikutuksen mahdollisuuksia, ja kuinka suuri yleisö voi käyttää verkon erilaisia foorumeita yritysten toiminnan arviointiin ja voi näin ottaa merkittävän roolin tarttumalla asioihin jotka ovat vasta ”ilmassa” tai johon media ja/tai päättäjät muuten ovat haluttomia tarttumaan. Empiiriset tulokseni osoittivat, että verkon eri foorumeilla käydään monipuolista keskustelua yrityksistä ja niiden toiminnasta, yritysten rooli yhteiskunnassa. Organisaatioiden kohdalla tämä tarkoittaa, että syytä on kiinnittää entistä suurempaa huomion verkkopalvelujen seurantaan ja sitä kautta vallitsevien mielipiteiden ja mielikuvien rakentumiseen.

Erityisesti halusin korostaa verkkokeskustelujen potentiaalia kiistelevän moniarvoisuuden areenana. Empiiristen tulosten perusteella etenkin vapaaseen keskusteluun tarkoitetuilla palstoilla, lehtien uutiskommentoinnissa tai yksityisellä keskusteluareenalla, keskustelu oli värikästä, rönsyilevää ja toi esille monipuolisia näkemyksiä ja ääniä käsiteltäviin kysymyksiin – ja niitä laajemminkin. Pohdinnassa kuitenkin toin esille, että tämä vapaamuotoisuus ja rönsyily on myös tuottanut ongelmia, ja näistä ongelmista on syksyllä 2015 käyty julkista keskustelua (yle 2015). Ratkaisua näihin ongelmiin on haettu entistä tiukemmasta ja ammattimaisemmasta moderoinnista. Mikäli ja toivottavasti vapaan ja monipuolisen keskustelun halutaan jatkuvan myös valtamediassa, ja nimenomaan niiden itse hallinnoimissa tiloissa, eikä siirtää keskustelua kokonaan Facebookiin tai Twitteriin, kuten uutispalvelu Reuters päätti tehdä kesällä 2014 (Reuters 2014), on toivottavaa että moderointiin panostamalla ja keskustelun kulkua myös uutisaiheita jatkossa syventämään ja moniäänistämään, mediayhtiöt pystyvät kommentointimahdollisuudet säilyttämään, ja näin laajentamaan demokratiaa ja journalismia.

Täytyy kuitenkin muistaa, että verkossa on paljon sisällönjako- ja keskustelupalveluja, jotka eivät ole perinteisten mediajättien hallussa ja jotka nimenomaan on tarkoitettu vaihtoehdoksi tai vastarinnan kanavaksi (esim. Poor 2005, Dahlberg 2007). Näistä tässäkin tutkimuksessa esimerkkeinä ovat olleet yksityinen keskustelupalvelu AB ja Wikipedia. Syksyllä 2015 valitettavasti näyttää siltä, että näidenkin käyttäjämäärät ovat hiipumassa. AB-palvelu pohtii parhaillaan toimintansa lopettamista käyttäjien huvetessa (tätä kirjoittaessa marraskuussa 2015 harvalukuinen aktiivijoukko pitää virtuaalikokousta, jonka tavoitteena on saada aikaan päätöksiä jatkotoimenpiteistä). Wikipedian päivitysaktiivisuus näytti yrityssivujen osalta hiipuvan jo tutkimuksemme tarkasteluajankohtana, vuonna 2012 (Laaksonen & Porttikivi 2014). Joukkoistetun tiedontuotannon projektina Wikipedia on kuitenkin ainutlaatuinen, ja sen historia niin merkittävä että se on innoittanut taideteoksiin (Ghorashi 2015). Lisäksi ainakaan Suomessa ei tällä hetkellä päivitetä tai paineta mitään yleistietosanakirjaa, Wikipediaa siis ainakin tarvitaan.

Saattaa siis olla, että keskustelu jatkossa siirtyy yhä enemmän sosiaalisen median sosiaalisiin verkostoihin, kuten Facebookiin ja Twitteriin ja niiden kilpailijoihin ja seuraajiin. Niiden ongelmana voi olla keskustelujen näkyvyyden häviäminen muun ajanvietesisällön sekaan (uutis)virtaan ja rajoittuminen esimerkiksi vain omille seuraajille. Lisäksi nämä kansainväliset sosiaalisen median palvelut ovat hyvin selkeä esimerkki mediavallan ja etenkin sisältöjen keskittymisestä mediajäteille, kuten tutkijat (Dean 2005, Dahlberg 2007) ovat huomanneet jo aiemmin. Tästä keskittymisestä, ja sen vaikutuksista tutkimukseen jatkossa keskustelen seuraavassa luvussa.

6.5.2 Jatkotutkimusaiheita

Miten legitimaatiota tai verkkojulkisuutta voisi tai pitäisi lähestyä tämän tutkimuksen perusteella ja jälkeen? Ensinnäkin, tätä työtä laajentamaan ja jatkamaan näkisin erityisen tärkeänä tarkastelun joko pidemmän aikavälin puitteissa tai vielä laajemmin verkon (ja myös perinteisen median) eri palveluista. Tämä tutkimus analysoi joko poikkileikkausaineistoa, jossa tarkasteltavana oli yhteen uutisaiheeseen tai mielipidekirjoitukseen liittyvä keskustelu, tai sitten yhteen organisaatioon liittyvää kiistelyä useamman vuoden ajalta. Olisi mielenkiintoista tutkia saman, usein uutisoitavan ilmiön (kuten vaikka johdon palkitseminen) tai organisaation ympärille muodostuvaa keskustelua pidemmän aikavälin puitteissa. Tavoitteena voisi olla selvittää ensinnäkin diskursseissa mahdollisesti tapahtuvia muutoksia, vahvistuuko tai heikentyykö tietyt diskurssit, ilmestyykö uusia ja katoaako vanhoja – ja pohtia syitä niihin muutoksiin. Kronologisen tarkastelun lisäksi voisi vertailla eri areenoita keskenään – vaikuttaako julkaisu- tai keskusteluympäristö diskursseihin. Eli, sen lisäksi miten uusia kantoja tuodaan esille diskursseissa, voisi pyrkiä selvittämään miten ne leviävät areenalta toisille, esimerkiksi verkostoanalyysiä hyödyntäen.

Edellä toin esille keskustelun keskittymisen tietyille sosiaalisen median areenoille, kuten Facebookiin ja Twitteriin. Tätä keskittymistä voisi edelleen tarkastella sekä keskustelun sirpaloitumisen että vallan keskittymisen näkökulmasta. Jos keskustelu pirstaloituu yksityisihmisten sosiaalisiin verkostoihin, kaveripiireihin ja seuraajiin, niin muuttuuko keskustelu (vain) identiteettipolitiikan välineeksi (vrt. Fuchs 2014) niin onko edes mahdollista saada aikaan laajempaa keskustelua (tai saada kerättyä sitä aineistoksi)? Etenkin Facebookin valta, keskustelun ja verkostoinnin lisäksi, myös uutissisällön ja siten myös uutiskommentoinnin välittäjänä, kanavana ja haltijana tuo myös uudenlaisia ongelmia. Mitä jos tärkeä ja kiinnostava keskustelu poistetaan tai sitä sensuroidaan Facebookin, eikä esimerkiksi sisällöntuottajan itsensä toimesta? Toisaalta, nämä suositut sosiaalisen median palvelut ovat myös tuoneet taas uusia osallistumisen mahdollisuuksia, kuten entistä suurempaa vuoropuhelua kansalaisten sekä poliitikkojen ja virkamiesten välillä. Sosiaalisen median palveluissa on myös helppo muodostaa paitsi aktivismin ja yhteiskunnallisen liikehdinnän (*social movements*) verkostoja, myös tiettyihin teemoihin keskittyneitä yhteisöjä, joiden pyrkimyksenä on esimerkiksi vaikuttaa paikalliseen päätöksentekoon joukkovoiman avulla.

Erittäin kiinnostavan tutkimuskohteen tarjoaa edelleen myös muuttuvan julkisuuden luonteen tarkastelu. Jo Habermas (1962) toi esille plebeijijulkisuuden (*plebeian public sphere*) käsitteen, jonka hän kuitenkin sulki pois omasta liberaalin porvarillisen julkisuuden nousun ja muutoksen tarkastelustaan (Habermas 1991, xviii). Muunmuuassa Thompson (1993) ja Calhoun (2010) ovat lyhyesti palanneet plebeijijulkisuuden (tai ”proletaarisen julkisuuden”, ks. Malmberg 2012) käsitteeseen, ja asemoineet sen hegemonisen porvarillisen julkisuuden vastavoimaksi tai täydennykseksi. Näkisin tärkeänä

kehittää plebeijijulkisuuden ihanteita, käytäntöjä ja soveltumista verkon tarkasteluun ja pohtia sitä, löytyisikö sen avulla ja nykyisten tai uusien palvelujen avulla esimerkiksi uutta kansalaisyhteiskuntamediaa (*civil society media*), jonka Fuchs (2014) määrittää tilaksi kapitalistisen ja julkisen palvelun median rinnalle. Kansalaisyhteiskuntamedia olisi kansalaisten hallussa, tarkoitettu suurelta yleisöltä nousevien kulttuuristen ja yhteiskunnallisten näkemysten jakamiseen ja toimisi vastavoimana sekä markkinavoimaiselle medialle (torjumalla kaupallisen voitontavoittelun logiikan) ja julkisen palvelun medialle (haastaessaan valtionhallinnon).

Lähteet

- Al-Amoudi, I., & Willmott, H. (2011). Where constructionism and critical realism converge: Interrogating the domain of epistemological relativism. *Organization Studies*, 32(1), 27-46.
- Aldrich, H. E., & Fiol, C. M. (1994). Fools rush in? The institutional context of industry creation. *Academy of management review*, 19(4), 645-670.
- Allen, M. W., & Caillouet, R. H. (1994). Legitimation endeavors: Impression management strategies used by an organization in crisis. *Communications Monographs*, 61(1), 44-62.
- Alvesson, M., & Deetz, S. (2006). Critical theory and postmodernism approaches to organizational studies. in *The Sage handbook of organization studies*, toim. Clegg, S. R., Hardy, C., Lawrence, T., & Nord, W. R 255.
- Ashcraft, K. L., Kuhn, T. R., & Cooren, F. (2009). 1 Constitutional Amendments: "Materializing" Organizational Communication. *The academy of management annuals*, 3(1), 1-64.
- Ashcraft, K.L., & Mumby, D.K. (2004). Reworking gender: A feminist communicology of organization. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Aula, P. (2010). Social media, reputation risk and ambient publicity management. *Strategy & Leadership*, 38(6), 43-49.)
- Barthes, R. (1977). *Image, music, text*. Oxford. University Press.
- Barton, M. D. (2005). The future of rational-critical debate in online public spheres. *Computers and Composition*, 22(2), 177-190.
- Baur, D., & Palazzo, G. (2011). The moral legitimacy of NGOs as partners of corporations. *Business Ethics Quarterly*, 21(4), 579-604.
- Berger, Peter ja Luckmann, Thomas. (1994 [1966]). *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen*. Gaudeamus, Helsinki.
- Bitektine, A. (2011). Toward a theory of social judgments of organizations: The case of legitimacy, reputation, and status. *Academy of Management Review*, 36(1), 151-179.
- Bitektine, A., & Haack, P. (2015). The "macro" and the "micro" of legitimacy: Toward a multilevel theory of the legitimacy process. *Academy of Management Review*, 40(1), 49-75.
- Brady, J. S. (2004). No contest? Assessing the agonistic critiques of Jürgen Habermas's theory of the public sphere. *Philosophy & Social Criticism*, 30(3), 331-354.
- Braun, J., & Gillespie, T. (2011). Hosting the public discourse, hosting the public: When online news and social media converge. *Journalism Practice*, 5(4), 383-398.
- Calhoun, C. (2010). The public sphere in the field of power. *Social Science History*, 34(3), 301-335.
- Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of management Review*, 32(3), 946-967.
- Carpentier, N., & Cammaerts, B. (2006). Hegemony, democracy, agonism and journalism: An interview with Chantal Mouffe. *Journalism studies*, 7(6), 964-975.

- Carpini, M. X. D., Cook, F. L., & Jacobs, L. R. (2004). Public deliberation, discursive participation, and citizen engagement: A review of the empirical literature. *Annu. Rev. Polit. Sci.*, 7, 315-344.
- Castelló, I., & Lozano, J. M. (2011). Searching for new forms of legitimacy through corporate responsibility rhetoric. *Journal of Business Ethics*, 100(1), 11-29.
- Champoux, V., Durgee, J., & McGlynn, L. (2012). Corporate Facebook pages: when “fans” attack. *Journal of Business Strategy*, 33(2), 22-30.
- Clegg, S. R., Hardy, C., Lawrence, T., & Nord, W. R. (toim). (2006). *The Sage handbook of organization studies*. Sage.
- Coombs, W. T. (2006). The protective powers of crisis response strategies: Managing reputational assets during a crisis. *Journal of Promotion Management*, 12(3-4), 241-260.
- Cornelissen, J. P., Durand, R., Fiss, P. C., Lammers, J. C., & Vaara, E. (2015). Putting Communication Front and Center in Institutional Theory and Analysis. *Academy of Management Review*, 40(1), 10-27.
- Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field. *Communication Theory*, 9(2), 119-161.
- Czarniawska, B. (2009). Social constructionism and organization studies. in *Debating organization: Point-counterpoint in organization studies*, eds Robert Westwood, Stewart Clegg. Wiley et sons 2009. 128.
- Dahlberg, L. (2001a). The Internet and democratic discourse: Exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. *Information, Communication & Society*, 4(4), 615-633.
- Dahlberg, L. (2001b). Computer-mediated communication and the public sphere: A critical analysis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(1), 0-0.
- Dahlberg, L. (2005). The corporate colonization of online attention and the marginalization of critical communication? *Journal of Communication Inquiry*, 29(2), 160-180.
- Dahlberg, L. (2007). The Internet, deliberative democracy, and power: Radicalizing the public sphere. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 3(1), 47-64.
- Dahlberg, L. (2014). The Habermasian Public Sphere and Exclusion: An Engagement with Poststructuralist-Influenced Critics. *Communication Theory*, 24(1), 21-41.
- Dameron, S., & Torset, C. (2014). The discursive construction of strategists' subjectivities: Towards a paradox lens on strategy. *Journal of Management Studies*, 51(2), 291-319.
- Dawkins, C. (2015). Agonistic Pluralism and Stakeholder Engagement. *Business Ethics Quarterly*, 1-28.
- Dean, J. (2005). Communicative capitalism: circulation and the foreclosure of politics. *Cultural Politics*, 1(1), 51-74.
- Deephouse, D. L., & Carter, S. M. (2005). An Examination of Differences Between Organizational Legitimacy and Organizational Reputation. *Journal of Management Studies*, 42(2), 329-360.
- Deephouse, D. L., & Suchman, M. (2008). Legitimacy in organizational institutionalism. *The Sage handbook of organizational institutionalism*, 49, 77.
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (2000). The iron cage revisited-Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields (Reprinted from the American Sociological Association vol 48, pg 147-160, 1983). *ADVANCES IN STRATEGIC MANAGEMENT*, VOL 17, 2000, 17, 143-166.
- Drori, I., & Honig, B. (2013). A process model of internal and external legitimacy. *Organization Studies*, 34(3), 345-376.

- Elsbach, K. D., & Sutton, R. I. (1992). Acquiring organizational legitimacy through illegitimate actions: A marriage of institutional and impression management theories. *Academy of management Journal*, 35(4), 699-738.
- Eriksson, P., & Kovalainen, A. (2008). *Qualitative Methods in Business Research*. London: SAGE Publications.
- Erkama, N., & Vaara, E. (2010). Struggles over legitimacy in global organizational restructuring: A rhetorical perspective on legitimation strategies and dynamics in a shutdown case. *Organization Studies*, 31(7), 813-839.
- Fairclough, N. (1995) *Critical discourse analysis*. London: Longman.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Psychology Press.
- Fairhurst, G.T., & Putnam, L. (2004). Organizations as Discursive Constructions. *Communication Theory*, 14(1), 5-26. doi: 10.1111/j.1468-2885.2004.tb00301.x
- Finto, suomalainen sanasto- ja ontologiapalvelu. www.finto.fi/fi. Vierailtu lokakuu 2015.
- Franquet i Calvet, R., Villa Montoya, M. I., & Bergillos, I. (2011). Audience participation in online news websites. In *Observatorio (OBS*) Journal* (Vol. 5, pp. 0223-242).
- Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social text*, 56-80.
- Fuchs, C. (2014). Social media and the public sphere. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 12(1), 57-101.
- Fryer, M. (2011). Facilitative leadership: drawing on Jürgen Habermas' model of ideal speech to propose a less impositional way to lead. *Organization*, 1350508411401462.
- Gergen, K. J. (1985). The social constructionist movement in modern psychology. *American psychologist*, 40(3), 266.
- Ghorashi, H. (2015). From aaaaa! to zzap! Art News 24.6.2015. <http://www.artnews.com/2015/06/24/from-aaaaa-to-zzap-michael-mandiberg-on-his-plan-to-print-wikipedia/> (vierailtu 1.12.2015).
- Golant, B. D., & Sillince, J. A. (2007). The constitution of organizational legitimacy: A narrative perspective. *Organization studies*, 28(8), 1149-1167.
- Grant, D., Hardy, C., Oswick, C. & Putnam, L.L. (2004). Introduction: Organizational Discourse: Exploring the Field, teoksessa *The Sage Handbook of Organizational Discourse*, toim. D. Grant, C. Hardy, C. Oswick & L.L. Putnam, Sage, London, 1-36.
- Haack, P., Pfarrer, M. D., & Scherer, A. G. (2014). Legitimacy-as-Feeling: How Affect Leads to Vertical Legitimacy Spillovers in Transnational Governance. *Journal of Management Studies*, 51(4), 634-666.
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT press.
- Habermas, J. (1992). Further Reflections on the Public Sphere, in C. Calhoun (ed.), *Habermas and the Public Sphere*, pp. 421-61. Cambridge, MA: MIT Press.
- Habermas, J. (2006). Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication theory*, 16(4), 411-426.
- Hall, S. (1996). Cultural studies and its theoretical legacies. *Stuart Hall: Critical dialogues in cultural studies*, 262-275.

- Harmon, D. J., Green, S. E., & Goodnight, G. T. (2015). A model of rhetorical legitimation: The structure of communication and cognition underlying institutional maintenance and change. *Academy of Management Review*, 40(1), 76-95.
- Heikkilä, H., & Kunelius, R. (2009). Julkisuusteoria ilmasitaateissa. *Media & viestintä*, 32(3).
- Helsingin Sanomat (2015) Kommentointiohjeet. <http://www.hs.fi/sivu/kommentointiohjeet/> (vierailtu 1.12.2015)
- Jarzabkowski, P., & Sillince, J. (2007). A rhetoric-in-context approach to building commitment to multiple strategic goals. *Organization Studies*, 28(11), 1639-1665.
- Johnson, C. (2004). Introduction: Legitimacy processes in organizations. In C. Johnson (Ed.), *Research in the Sociology of Organizations*, Vol. 22: 1–24. Amsterdam: Elsevier JAI.
- Johnson, C., Dowd, T. J., & Ridgeway, C. L. (2006). Legitimacy as a social process. *Annual review of sociology*, 53-78.
- Jokinen, A., Juhila, K., & Suoninen, E. (1999). *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Vastapaino.
- Jørgensen, M. W., & Phillips, L. J. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. Sage.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Karppinen, K. (2007) Against naïve pluralism in media politics: on the implications of the radical-pluralist approach to the public sphere. *Media Culture Society* 29,495.
- Karppinen, K. & Matikainen, J. (2012). *Julkisuus ja demokratia*. Vastapaino, Tampere.
- Keller, R. (2012). *Doing discourse research: an introduction for social scientists*. Sage, London.
- Knoblauch, H. (2013). Communicative constructivism and mediatization. *Communication Theory*, 23(3), 297-315.
- Knops, A. (2007). Debate: Agonism as Deliberation—On Mouffe's Theory of Democracy*. *Journal of Political Philosophy*, 15(1), 115-126.
- Laaksonen, S. M., & Porttikivi, M. (2014). Constructing local heroes—collaborative narratives of Finnish corporations in Wikipedia. Teoksessa *Global Wikipedia: International and cross-cultural issues in online collaboration*. Toim. Fichma, P. & Hara, N. Rowman & Littlefield, United States, Lanham, 119-133.
- Laclau, E., & Mouffe, C. (1985/2001). *Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics*. Verso.
- Laclau, E., & Mouffe, C. (1987). Post-Marxism without apologies. *New left review*, 166(11-12), 79-106.
- Laine, P. M., & Vaara, E. (2007). Struggling over subjectivity: A discursive analysis of strategic development in an engineering group. *Human Relations*, 60(1), 29-58.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (2013). *The constructivist credo*. Left Coast Press.
- Lowrey, W. (2011). Institutionalism, news organizations and innovation. *Journalism Studies*, 12(1), 64-79.
- Lunt, P., & Livingstone, S. (2013). Media studies' fascination with the concept of the public sphere: Critical reflections and emerging debates. *Media, Culture & Society*, 35(1), 87-96.
- Macnamara, J. (2012). Democracy 2.0: Can social media engage youth and disengaged citizens in the public sphere?. *Australian Journal of Communication*, 39(3), 65.

- Maguire, S., & Hardy, C. (2009). Discourse and deinstitutionalization: The decline of DDT. *Academy of management journal*, 52(1), 148-178.
- Malmberg, T. (2012). Yleinen mielipide, viestintä ja kansanvalta. Teoksessa Karppinen, K. & Matikainen J. (toim.) *Julkisuus ja demokratia*. Vastapaino. Tampere. 15-36.
- Marres, N. S. (2005). No issue, no public: Democratic deficits after the displacement of politics.
- Martin, K. D., & Kracher, B. (2008). A conceptual framework for online business protest tactics and criteria for their effectiveness. *Business & Society*, 47(3), 291-311.
- Matikainen, J. (2012). Sosiaalinen media – uudenlainen julkisuus? Teoksessa Karppinen, K. & Matikainen J. (toim.) *Julkisuus ja demokratia*. Vastapaino. Tampere. 133-159.
- Matikainen, J., & Villi, M. (2015). Aktiivinen yleisö? Tutkimus yleisön asenteista sisällön tuottamista ja jakelua sekä verkossa osallistumista kohtaan. *Media & viestintä*, 38(3).
- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American journal of sociology*, 340-363.
- Moisander, J., & Valtonen, A. (2006). *Qualitative marketing research: A cultural approach*. Sage.
- Mouffe, C. (1999). Deliberative democracy or agonistic pluralism. *Social Research*, 66(3), 745-758.
- Mouffe C (2000). For an agonistic model of democracy. In: O'Sullivan N (ed) *Political Theory in Transition*. London, UK: Routledge, pp. 113-132.
- Mouffe, C. (2004). Pluralism, dissensus and democratic citizenship.
- MTV (2015). MTV Uutiset sulkee osan verkkokeskustelusta – tarkoitus suitsia vihapuheen määrää. MTV Uutiset verkkosivut 1.9.2015. <http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/mtv-uutiset-sulkee-osan-verkkokeskustelusta-tarkoitus-suitsia-vihapuheen-maaraa/5290206> (vierailtu 1.12.2015)
- Mumby, D. K. (2005). Theorizing resistance in organization studies A dialectical approach. *Management communication quarterly*, 19(1), 19-44.
- Mumby, D. K. (2004). Discourse, power and ideology: Unpacking the critical approach. In *The Sage handbook of organizational discourse*, eds. Grant, David. Sage, 2004. 237-258.
- Nielsen, C. E. (2014). Coproduction or cohabitation: Are anonymous online comments on newspaper websites shaping news content? *New Media & Society*, 16(3), 470-487.
- Noci, J. D., Domingo, D., Masip, P., & Lluís, J. (2010). Comments in News, Democracy Booster or Journalistic Nightmare: assessing the quality and dynamics of citizen debates in Catalan online newspapers. *Editors' Note*, 46.
- Nord W., Clegg, S. R., Hardy, C., Lawrence, T. (2006) Introduction. In *Sage Handbook of Organization Studies* (2nd edition) eds. Stewart R. Clegg, Cynthia Hardy & Thomas B. Lawrence, Nord Walter R. London: Sage Publications, 2006.
- Oliver, C. (1992). The antecedents of deinstitutionalization. *Organization studies*, 13(4), 563-588.
- Palazzo, G. & Scherer, A.G. (2006). Corporate Legitimacy as Deliberation. A Communicative Framework. *Journal of Business Ethics* 66, 71-88.
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New media & society*, 4(1), 9-27.

- Papacharissi, Z. (2004). Democracy online: civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups. *New Media & Society*, Vol. 6, No. 2, 259-283.
- Phelan, S., & Dahlberg, L. (2011). Discourse theory and critical media politics: An introduction. *Discourse theory and critical media politics*, 1-40.
- Phillips, N., & Hardy, C. (2002). *Discourse analysis: Investigating processes of social construction* (Vol. 50). Sage.
- Phillips, N., Lawrence, T. B., & Hardy, C. (2004). Discourse and institutions. *Academy of management review*, 29(4), 635-652.
- Phillips, N., & Oswald, C. (2012). Organizational discourse: Domains, debates, and directions. *The Academy of Management Annals*, 6(1), 435-481.
- Peräkylä, A. (2004). Reliability and validity in research based on naturally occurring social interaction. Teoksessa D. Silverman (toim.) *Qualitative research: Theory, method and practice* (s. 283-304). London: Sage.
- Pietikäinen, S. (2000). Kriittinen diskurssintutkimus. Teoksessa: *Kieli, diskurssi & yhteisö*, toim. Sajavaara, K., & Piirainen-Marsh, A. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. s. 191-217.
- Prior, L. (2002). *Following in Foucault's Footsteps: Texts and Context in Qualitative Research*. (Doctoral dissertation in Silverman, D.(ed.) *Qualitative Research: Theory, Method and Practice*. London: Sage).
- Poell, T. (2009). Conceptualizing forums and blogs as public spheres. *Digital Material*, edited by MVT Van den Boomen et al, 239-251.
- Poor, N. (2005). Mechanisms of an online public sphere: The website Slashdot. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(2), 00-00.
- Popa, M., & Salanță, I. (2014). Corporate social responsibility versus corporate social irresponsibility. *Management & Marketing*, 9(2).
- Potter, J. (1996). Discourse analysis and constructionist approaches: Theoretical background. British Psychological Society. In *Handbook of qualitative research methods for psychology and the social sciences*. ed. : John T.E. Richardson. Leicester; BPS Books.
- Potter, J. (1997). Discourse analysis as a way of analysing naturally occurring talk. In *Qualitative research: Theory, method and practice*, ed. David Silverman. Sage, London. 144-160.
- Powell, W. W., & DiMaggio, P. J. (Eds.). (2012). Introduction *The new institutionalism in organizational analysis*. University of Chicago Press.
- Pullinen, J. (2015) Suljemme kommenttiosiomme, koska jotainhan tässä on tehtävä. Helsingin sanomat, Nyt-liite 1.9.2015. <http://nyt.fi/a1305981595801> (vierailtu 1.12.2015)
- Ruiz, C., Domingo, D., Micó, J. L., Díaz-Noci, J., Masip, P., & Meso, K. (2011). Public sphere 2.0? The democratic qualities of citizen debates in online newspapers. *The International Journal of Press/Politics*, 1940161211415849.
- Scott, W. R. (1995). *Institutions and Organizations*. Thousands Oaks, CA: Sage.
- Sillince, J. A., & Brown, A. D. (2009). Multiple organizational identities and legitimacy: The rhetoric of police websites. *Human Relations*, 62(12), 1829-1856.
- Siltaoja, M. (2009). On the discursive construction of a socially responsible organization. *Scandinavian Journal of Management*, 25(2), 191-202.
- Siltaoja, M. E., & Vehkaperä, M. J. (2010). Constructing illegitimacy? Cartels and cartel agreements in Finnish business media from critical discursive perspective. *Journal of Business Ethics*, 92(4), 493-511.

- Siltaoja, M. E., & Onkila, T. J. (2013). Business in society or business and society: the construction of business–society relations in responsibility reports from a critical discursive perspective. *Business Ethics: A European Review*, 22(4), 357-373.
- Silverman, D. (1997). *Qualitative research: Theory, method and practice*. Sage, London.
- Spicer, A., & Böhm, S. (2007). Moving management: theorizing struggles against the hegemony of management. *Organization studies*, 28(11), 1667-1698.
- Steffek, J. (2009). Discursive legitimation in environmental governance. *Forest Policy and Economics*, 11(5), 313-318.
- Stromer-Galley, J. (2002). New voices in the public sphere: A comparative analysis of interpersonal and online political talk. *Javnost-The Public*, 9(2), 23-41.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review* 20/3: 729–757.
- Suddaby, R., & Greenwood, R. (2005). Rhetorical strategies of legitimacy. *Administrative Science Quarterly*, 50: 351-67.
- Taylor, J. R. & Van Every, E. (2000). *The Emergent Organization. Communication as Its Site and Surface*. New York: Taylor & Francis.
- Thompson, J. B. (1993). The theory of the public sphere. *Theory, culture & society*, 10(3), 173-189.
- Toepfl, F., & Piwoni, E. (2015). Public Spheres in Interaction: Comment Sections of News Websites as Counterpublic Spaces. *Journal of Communication*.
- Tost, L. P. (2011). An integrative model of legitimacy judgments. *Academy of Management Review*, 36(4), 686-710.
- Townshend, J. (2004). Laclau and Mouffe's hegemonic project: the story so far. *Political Studies*, 52(2), 269-288.
- Vaara, E., Tienari, J., & Laurila, J. (2006). Pulp and paper fiction: On the discursive legitimation of global industrial restructuring. *Organization studies*, 27(6), 789-813.
- Vaara, E., & Tienari, J. (2008). A discursive perspective on legitimation strategies in multinational corporations. *Academy of Management Review*, 33(4), 985-993.
- Vaara, E. (2014). Struggles over legitimacy in the Eurozone crisis: Discursive legitimation strategies and their ideological underpinnings. *Discourse & Society* 25(4): 500–518.
- Walker, H. A., Thomas, G. M., & Zelditch, M. (1986). Legitimation, endorsement, and stability. *Social Forces*, 64(3), 620-643.
- Van Bommel, K., & Spicer, A. (2011). Hail the snail: Hegemonic struggles in the slow food movement. *Organization Studies*, 32(12), 1717-1744.
- Weber, P. (2014). Discussions in the comments section: Factors influencing participation and interactivity in online newspapers' reader comments. *New Media & Society*, 16(6), 941-957.
- Wetherell, Margaret (1998). Positioning and interpretative repertoires: Conversation analysis and poststructuralism in dialogue. *Discourse and Society*, 9(3), pp. 387–412.
- Willmott, H. (2005). Theorizing contemporary control: Some post-structuralist responses to some critical realist questions. *Organization*, 12(5), 747-780.
- Windisch, U. (2008). Daily Political communication and argumentation in direct democracy: advocates and opponents of nuclear energy. *Discourse & Society* 19: 85-98.
- Winn, M. I., MacDonald, P., & Zietsma, C. (2008). Managing industry reputation: The dynamic tension between collective and competitive reputation management strategies. *Corporate Reputation Review*, 11(1), 35-55.

- Wright, S., & Street, J. (2007). Democracy, deliberation and design: the case of online discussion forums. *New Media & Society*, 9(5), 849-869.
- Yle uutiset (2015). Mitta täytti vihapuheesta – MTV ja HS rajoittavat nettikommentointia. http://yle.fi/uutiset/mitta_taytyi_vihapuheesta_mtv_ja_hs_rajoittavat_netikommentointia/8271405. (vierailtu 1.12.2015)
- Ziegele, M., Breiner, T., & Quiring, O. (2014). What Creates Interactivity in Online News Discussions? An Exploratory Analysis of Discussion Factors in User Comments on News Items. *Journal of Communication*, 64(6), 1111-1138.

Liitteet

Taulukko 1: Yhteenveto tarkastelluista Wikipedia-yrityssivustoista

TABLE 1	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Entry length (words)	53	2156	633,67	493,005
Number of total revisions	5	990	128,21	146,031
Number of minor edits	0	299	45,67	49,479
Number of IP edits	0	365	34,92	49,773
Number of contributors	3	379	56,27	59,546
Average edits per user	1	6	2,27	0,804
Number of references	0	37	6,45	7,861
Valid N = 85				

Taulukko 2: Analyysiin valitut yrityssivustot

TABLE 2	Industry	Entry length (words)	Number of total revisions	Number of contributors
Nokia	Mobile Telecommunications	2156	759	307
StoraEnso	Pulp and Paper	1200	201	94
Fortum	Energy	894	238	83
Kone	Elevators & Escalators	612	165	91
Skanska	Construction	634	53	28
DNA	Telecommunications	719	119	59
Lidl Suomi	Supermarket	1936	384	189
NesteOil	Energy	1100	179	70
Finnair	Aviation	2115	990	379
Eläke-Tapiola	Insurance	494	122	44
Valio	Dairy producer	592	210	92
Wihuri	Industry	325	58	19
Planmeca	Medicine	536	35	7
Uponor	Plumbing	612	90	23

Huomio

Tähän julkaisuun liittyvät esseet/artikkelit on jätetty pois johtuen tekijänoikeussyistä.

Please, note.

The essays/articles within this publication have been omitted due to issues related with copyright.



ISBN 978-952-60-6695-0 (painettu)
ISBN 978-952-60-6696-7 (pdf)
ISSN-L 1799-4934
ISSN 1799-4934 (painettu)
ISSN 1799-4942 (pdf)

Aalto-yliopisto
Kauppakorkeakoulu
Johtamisen laitos
www.aalto.fi

**KAUPPA +
TALOUS**

**TAIDE +
MUOTOILU +
ARKKITEHTUURI**

**TIEDE +
TEKNOLOGIA**

CROSSOVER

**DOCTORAL
DISSERTATIONS**