

Asiantuntijan ääni

Yritysblogi uskottavuuden rakentajana

Suvi-Anni Huhtinen

Pro gradu -tutkielma

Suomen kieli ja suomalais-ugrilainen kielentutkimus

Suomen kieli, kieliasiantuntijan opintopolku

Kieli- ja käännöstieteiden laitos

Turun yliopisto

Toukokuu 2019

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

TURUN YLIOPISTO

Kieli- ja käännöstieteen laitos / Humanistinen tiedekunta

HUHTINEN, SUVI-ANNI: Asiantuntijan ääni – yritysblogi uskottavuuden rakentajana

Tutkielma, 85 s., ei liites.

Suomen kieli ja suomalais-ugrilainen kielentutkimus

Suomen kieli, kieliassiantuntijan opintopolku

Toukokuu 2019

Tutkielma käsittelee asiantuntijuuden, uskottavuuden ja kirjoittaja–lukija-suhteen sekä äänensävyjen kielellistä rakentumista OP:n, Nordean ja Danske Bankin blogikirjoituksissa. Tutkimuksen päätaivoitteena on valottaa, millä kielen keinoilla äänensävyä rakennetaan yrityksen markkinointiviestinnän teksteissä sekä miten äänensävyt luovat kirjoittajalle asiantuntijan roolia ja pankille uskottavaa brändiä.

Tutkielmani sijoittuu tekstintutkimuksen kenttään ja systeemis-funktionaalisen kielentutkimuksen perinteeseen. Lähestyn äänensävyjä ja asiantuntijuuden rakentumista suhtautumisen teorian (Appraisal theory) näkökulmasta eli analysoin kielen arvottamisen ja sitoutumisen merkityksiä.

Pyrin tutkimuksellani lisäämään tietoa suhtautumisen teorian soveltamisesta suomen kieleen. Tavoitteenani on myös tuottaa lisätietoa siitä, miten tekstien äänensävyt kielen tasolla rakentuvat. Lisäksi tutkimukseni kuvaa suomalaisten pankkien talouspuhetta sekä pankin asiantuntijoiden kielellisiä rooleja.

Tutkielman aineisto koostuu 30:stä sijoittamista käsittelevästä blogikirjoituksesta, jotka on julkaistu OP:n, Nordean ja Danske Bankin blogialustoilla vuosina 2017–2018. Asiantuntijan äänensävyyn rakentumista teksteihin tarkastellaan neljän tutkimuskysymyksen avulla: 1) kuinka subjektiivisesti asiantuntija arvottaa talouden teemoja ja ilmiöitä, 2) kuinka moniäänistä blogeissa rakentuva asiantuntijuus on, 3) millaisia rooleja blogitekstit rakentavat oletetuille lukijoille ja 4) onko tekstiin rakentuvissa äänissä eroja pankkien tai yksittäisten kirjoitusten välillä?

Tutkimustulokset osoittavat, että pankkien blogien ja yksittäisten blogikirjoitusten välillä on merkittäviä eroja äänensävyissä. Teksteihin voi havaita rakentuvan neljää erilaista äänensävyä: spekuloiiva analyytikko, varma ohjeistaja, tuttavallinen kanssakokija ja ylpeä asiantuntija-organisaation edustaja. Äänensävyt eroavat toisistaan subjektiivisuuden asteen, dialogisen laajentamisen ja supistamisen määrän sekä teksteihin rakentuvien oletettujen lukijoiden suhteen. Nimettyjä äänensävyjä esiintyy eri pankkien blogeissa eri verran, eivätkä ne ole täysin riippuvaisia myöskään kirjoittajasta.

Yhteistä pankkien blogeissa rakentuville äänensävyille on etenkin eksplisiittisen asioiden arvottamisen suuri määrä sekä yksiäänisyys – kirjoituksissa ei anneta tilaa muille äänille. Teksteissä rakentuvat äänet ovat tulkittavissa pääasiassa kirjoittajien omiksi ääniksi, ei pankin ääneksi. Voidaan siis tulkita, että pankit rakentavat itselleen uskottavaa brändiä kirjoittajiensa asiantuntijuuden ja henkilöbrändien avulla. Äänensävyjen moninaisuuden perusteella pankit eivät rajoita asiantuntijoidensa ilmaisua kovinkaan paljoa.

Tulosten perusteella pankin asiantuntijan äänensävy on pääasiassa autoritäärinen, arvottava ja yksiääninen, mutta tästä poikkeaviakin äänensävyjä esiintyy. Tutkimukseni antaa lisätietoa suhtautumisen teorian soveltamisesta markkinointiviestinnän teksteihin. Se osoittaa, että teoria soveltuu hyvin asiantuntijuuden ja auktoriteetin sekä tekstien oletettujen lukijoiden tarkasteluun myös suomenkielisissä teksteissä.

Asiasanat: blogi, yritysviestintä, markkinointiviestintä, äänensävy, tone-of-voice, suhtautumisen teoria, moniäänisyys, asiantuntijuus

Sisällys

1	Johdanto.....	2
1.1	Tutkimuksen tausta ja tavoitteet	2
1.2	Tutkimuskysymykset ja -hypoteesit.....	5
1.3	Tutkimuksen aineisto	6
1.4	Tutkimuksen rakenne	7
2	Yritysblogi yrityksen asiantuntijaviestinnän kanavana	8
2.1	Blogi ja sen kehitys tekstilajina	8
2.4	Blogi asiantuntijayrityksen brändin näyteikkunana	10
3	Diskurssisemantiikka ja suhtautumisen teoria	13
3.1	Systeemis-funktionaalinen kielitiede	13
3.2	Sydneyn koulukunta suhtautumisen teorian pohjana.....	15
3.3	Suhtautumisen systeemi.....	16
3.4	Asioiden arvottaminen	21
3.5	Sitoutuminen	25
4	Pankin asiantuntijablogin asenne ja moniäänisyys	28
4.1	Aineiston tekstit ja niiden monet kontekstit.....	28
4.2	Asiantuntijan asennoituminen pankkien blogeissa	32
4.2.1	Arvottamisen kohteet ja keinot pankkien blogeissa.....	33
4.2.2	Eksplisiittinen asia-arvottaminen pankkien blogeissa	39
4.2.3	Vihjaava asia-arvottaminen pankkien blogeissa	45
4.3	Asiantuntijan suhde oletettuihin lukijoihin	50
4.3.1	Pankkien blogikirjoitusten yksiäänisyys	51
4.3.2	Dialoginen supistaminen asiantuntijablogissa	54
4.3.3	Dialoginen laajentaminen asiantuntijablogissa	61
4.3.4	Asiantuntijan itse nimeämät roolit ja lukijan puhuttelu pankkien blogeissa	66
4.4	Pankin asiantuntijan ääni – kokoavaa tarkastelua ja pankkien vertailua	67
5	Päätelmät	74
6	Lopuksi	78
	Lähteet.....	79

1 Johdanto

Tutkin pro gradu -tutkielmassani asiantuntijuuden ja kirjoittaja–lukija-suhteen rakentumista sekä äänensävyjä kolmen Suomen suurimman sijoituspalveluja tarjoavan pankin eli OP Ryhmän (OP), Nordean ja Danske Bankin (Suomen Pankki 2018, sähköinen lähde) sijoittamista käsittelevissä blogiteksteissä. Pyrin analysoimaan, millainen kirjoittajan ääni yritysblogien teksteihin rakentuu, sekä tarkastelemaan etenkin sitä, miten nämä äänet rakentavat kirjoittajalle asiantuntijan roolia ja siten myös pankista kuvaa uskottavana asiantuntijayrityksenä.

1.1 Tutkimuksen tausta ja tavoitteet

Yritysviestinnän kentällä on viime vuosina yleistynyt keskustelu tekstin äänensävyistä (engl. *tone-of-voice*) brändinrakennuksen välineenä. Suomen kielen tutkimuksessa ilmiö on suhteellisen uusi, mutta englanninkielisessä yritysviestinnässä äänensävyjen merkitystä on korostettu jo vuosituhatien alusta. Judy Delin tarkasteli vuonna 2005 ilmestyneessä kielitieteellisessä artikkelissaan, miten yritysten äänensävyt ilmaisevat brändiasemia. Hän mainitsee äänensävyn olevan keino viestittää brändin erityisluonteesta (mt.: 10). Äänensävyllä viitataan erilaisiin kielen tyyliin ja rekistereihin, joita yritykset hyödyntävät eri persoonallisuuksien ja arvojen ilmaisemisessa sekä kilpailijoiden brändeistä erottautumisessa. Tunnistettavan äänensävyn avulla kohderyhmä pyritään sitouttamaan yrityksen viesteihin, esimerkiksi tuotteiden ja palvelujen ostamiseen. Äänensävyn synonyymeina on käytetty myös esimerkiksi termejä verbaalinen identiteetti, brändikieli ja kielellinen identiteetti. (Mt.: 10–11.)

Äänensävyjä on Suomessa käsitelty etenkin viestintä- ja mainostoimistojen blogeissa.¹ Keskustelunavaukset ovat keskittyneet yrityksen äänensävyn merkityksen korostamiseen sekä erittelemään keinoja, joilla yritys voi luoda brändilleen yhtenäisen äänensävyn. Akateemisessa kielentarkastelussa äänensävyjen tutkimus on suomen kielen osalta vasta kehittymässä. Kielitieteellisin löytämäni esitys yritysten äänensävyistä on Eeva Öörnin *Kielikellossa* julkaistu artikkeli (2018), jossa yritysten äänensävyjä jaotellaan muodollisiksi, helposti lähestyttäviksi ja

¹ Ks. esim. Somecon (<https://someco.fi/blogi/tone-of-voice-ratkaisee/>), Grapevinen (<https://grapevine.fi/2016/10/5-vinkkia-miten-yrityksen-tone-of-voice-luodaan/>) ja Kanava.ton (<https://kanava.to/blogi/tone-of-voice-yrityksen-markkinointiviestinnassa/>) blogit. Viitattu 4.12.2018.

kaverillisiksi kielenpiirteiden perusteella. Halu selittää äänensävyä tarkemmin tekstianalyysin keinoin on yksi eniten motivoivista tekijöistä tutkielmani teossa.

Tutkielmani sijoittuu tekstintutkimuksen kenttään ja M. A. K. Hallidayn systeemis-funktionaalisen kielentutkimuksen perinteeseen, sillä lähestyn äänensävyä ja asiantuntijuuden rakentumista suhtautumisen teorian (Appraisal theory) näkökulmasta. Suhtautumisen teoria on systeemis-funktionaalisen kieliteorian alateoria, jossa keskitytään kielen intersubjektiveihin metafunktion ja kielen arvottamisen keinoihin. Muun muassa Delin (2005: 35) ehdottaa teoriaa potentiaalisesti näkökulmaksi äänensävyjen tarkasteluun. Tärkein lähdeokseni on J. R. Martinin ja P. R. R. Whiten *The Language of Evaluation. Appraisal in English* (2005), joka on tällä hetkellä kattavin suhtautumisen teoriasta tehty esitys. Martin ja White painottavat, että arviointi on yksi tärkeimmistä kerronnan resursseista, joita käytetään indikoimaan, kenen äänellä kirjoittaja puhuu (mt.: 72).

White ja Martin soveltavat suhtautumisen teoriaa vain englannin kieleen. Suhtautumisen teorian systeemilähtöinen kielen analysointitapa sopii kuitenkin myös suomen kielen tarkasteluun (Salokanto 2017: 16), minkä ovat käytännön tutkimuksessa osoittaneet esimerkiksi Heli Katajamäki (2018) ja Inka Mikkonen² (2010) väitöskirjoissaan sekä Kaisa Koskinen (2014) artikkelissaan.

Suhtautumisen teorian analyysin kohteena ovat tyypillisesti olleet tekstintaitojen kannalta keskeisinä pidetyt tekstilajit ja erityisesti argumentoivat tekstilajit (Juvonen 2007: 432), ja myös suomalaisessa tutkimuksessa teoriaa on sovellettu koululaisten tekstien tutkimiseen (ks. esim. Mikkonen 2010 ja Juvonen 2011). Vähemmän teoriaa on sovellettu julkisiin ja kaupallisiin teksteihin. Koskisen (2014) artikkeli on kuitenkin esimerkki siitä, että suhtautumisen teoria on hyödyllinen metodi myös institutionaalisten blogien suhtautumisen keinojen analyysiin. Katajamäen (2018) väitöskirja tekijän identiteeteistä taloussanomalehtien pääkirjoituksissa puolestaan osoittaa, että suhtautumisen teoria soveltuu myös kaupallisten tekstien tarkasteluun. Katajamäen väitöskirja on tutkielmani tärkein suomalaislähde, sillä se on laajin kielitieteellinen tutkimus, joka hyödyntää suhtautumisen teoriaa suomen kielen analysointiin.

Suhtautumisen teoriaa ei kuitenkaan ole hyödynnetty suomen kielen tutkimuksessa yritysten markkinointiviestinnän tekstien tarkasteluun, mikä onkin toinen tutkimusmetodini valintaa motivoiva asia. Edellä mainittujen suomalaislähteiden lisäksi teoria on ollut käytössä oikeastaan vain esimerkiksi Helsingin ja Vaasan yliopistoissa pro gradu -tutkielmissa. Näissä tutkielmissa suhtautumisen teoria on päätutkimusmetodi, mutta teoriaa ei sovelleta yritysviestinnän tai

² Käytän tässä tutkielmassa Martinin ja Whiten teoksen käsitteistä pääasiassa Inka Mikkosen (2010) mutta myös Heli Katajamäen (2018) suomennoksia.

brändiviestinnän tarkasteluun eikä kaupallisten brändien omaan mediaan, kuten verkkosivuihin tai blogeihin. Kaupallisten tekstien voi kuitenkin olettaa olevan kiinnostavia tutkittavia, sillä kuten Martin ja White (2005) teoksessaan pyrkivät osoittamaan, tietynlaiset tekstien sävyt ovat yhteydessä tietynlaisiin retorisiin päämääriin. Markkinointiviestinnässä tekstien retoriset päämäärät ovat yleensä selkeitä, joten on mielenkiintoista selvittää, miten paljon äänensävyt eroavat eri brändeillä samassa tekstilajissa.

Valitsin tutkimukseni aiheeksi juuri asiantuntijatekstien äänensävyt, koska asiantuntijatyön luonne on hyvin kielellistä ja vuorovaikutteista. Asiantuntijuuteen läheisesti liittyvää auktoriteettiä ei ole suhtautumisen teoriaa hyödyntämällä tutkittu, vaikka asiantuntijoiden auktoriteetin rakentumisen tutkimiseen suhtautumisen teoria voisi sopia hyvin. Suhtautumisen teoriaa on jo hyödynnetty opetustilanteiden auktoriteettisuhteiden analysointiin, mutta asiantuntijatekstien kautta välittyviin auktoriteettisuhteisiin ei. Tekstien asenteellisia arviointeja tutkimalla kirjoittajan ilmaisut voidaan yhdistää tekstissä rakentuvaan kirjoittajan statukseen tai auktoriteettiin (Martin ja White 2005: 2).

2010-luvulla on alettu puhua henkilöbrändien merkityksestä myös yritysten viestinnässä. Asiantuntijoiden henkilöbrändien korostamisen voi ajatella olevan yrityksille keino vastata median murroksessa jatkuvasti kasvaviin läheisyyden, läpinäkyvyyden ja inhimillisyyden vaatimuksiin. Koska vaatimukset yhtenäisestä yritysbrändistä ja odotukset persoonallisista henkilöbrändeistä ovat osittain ristiriidassa, on kiinnostavaa selvittää, onko pankkien blogien äänensävy yhtenäinen, ja jos on, millainen tai kenen ääni niissä kuuluu. Blogi on asiantuntijuuden tutkimiseen hedelmällinen tekstilaji, sillä se on 2010-luvulla kasvattanut suosiotaan asiantuntijaviestinnän ja oman osaamisen esittelyn kanavana.

Pankkien nettisivujen blogit valitsin aineistokseni kahdesta syystä. Ensimmäkin palvelualan brändit ovat erityisen hedelmällisiä tutkittavia suhtautumisen teorian avulla: brändäysasiantuntija Wally Olins (2003: 75) on todennut, että ”Product brands are about products. Service brands are about people”. Suhtautumisen teorian näkökulma pohjaa juuri kielen interpersoonaiseen eli sosiaalisia suhteita ja identiteettejä ilmaisevaan metafunktion. Toinen syy valintaani on talouden kielen omalaatuisuus. Taloudesta puhutaan usein luonnonvoiman kaltaisena ilmiönä, jonka hallitsemiseen vain harvoilla asiantuntijoilla on kyky. On kiinnostavaa selvittää, pyrkivätkö pankit ylläpitämään tätä mystiikkaa vai päinvastoin demokratisoimaan talouspuhetta selittämällä ilmiöt ja asiat mahdollisimman ymmärrettävästi. Ymmärrettävyyteen vaikuttavat myös vahvasti roolit, joita kirjoittaja rakentaa oletetuille lukijoille, sekä ennakkotiedot, joita kirjoittaja olettaa oletetuilla lukijoilla olevan. Sijoittaminen on tässä erityisen mielenkiintoinen aihe tarkastella, sillä blogien lukijoilla voisi olettaa olevan siitä suhteellisen eritasoiset lähtötiedot.

Arvottavaa kieltä on aiemmin tutkittu esimerkiksi modaalisuuden ja evidentialisuuden alla (ks. esim. Hunston–Thompson 2001: 1–27; Martin–White 2005: 38). Susanna Shore (2012: 155) mainitsee suhtautumisen lähikäsitteiksi muun muassa evaluoinnin, asennoitumisen ja kannanoton. White (2015: 5) lisää suhtautumisen teoriaa käsittelevässä artikkelissaan näihin vielä metadiskurssin ja nimeämisen. Suhtautumisen analyysi kiinnittää huomiota kaikkiin näihin kielen aineksiin ja rakenteisiin, mutta ottaa tulkinnassa huomioon vielä laajemman teksti- ja tilannekontekstin.

1.2 Tutkimuskysymykset ja -hypoteesit

Pohdin suhtautumisen teorian näkökulmia hyödyntämällä, millä kielellisillä aineksilla ja rakenteilla OP:n, Nordean ja Danske Bankin blogien kirjoittajat asemoivat itsensä asiantuntijaksi suhteessa oletettuihin lukijoihin ja suhteessa esitettyihin väitteisiin sijoittamisesta. Etsin vastauksia muun muassa seuraaviin tutkimuskysymyksiin ja tutkimushypoteeseihin:

1) Kuinka subjektiivisesti tai objektiivisesti asiantuntija arvottaa talouden teemoja ja ilmiöitä, eli kuinka selkeästi tekijän ääni on näkyvässä asioita arvotettaessa? Hypoteesini on, että pankkien blogeissa kuuluu usein tekijän ääni. Oletan, että arvottamisen yhteydessä teksteissä kuuluvat äänet vaihtelevat paljon tekstien välillä.

2) Onko blogeissa rakentuva asiantuntijuus yksi- vai moniäänistä? Jos tekstistä kuuluu yksi tekijän ääni, onko se tulkittavissa pankin ääneksi vai asiantuntijan omaksi ääneksi? Jos asiantuntijuus on moniäänistä, antaako se tilaa muille äänille vai tukahduttaako se niitä? Hypoteesini on, että pankkien blogijulkaisut ovat pääosin yksiäänisiä, ja äänen voi tulkita kuuluvan asiantuntijalle itselleen. Jos moniäänisyyttä hyödynnetään, uskon sen olevan muita ääniä tukahduttavaa eli dialogisesti supistavaa.

3) Millaisia rooleja blogitekstit rakentavat oletetuille lukijoille, ja mitä ennakkotietoja lukijalla oletetaan olevan? Hypoteesini on, että tekstien sävy on opettavainen ja autoritäärinen ja oletetuille lukijoille konstruoidaan opettavien roolia. Kirjoittaja–lukija-suhde ei siten ole kovin tasa-arvoinen.

4) Onko tekstiin rakentuvissa äänissä ja rooleissa eroja pankkien välillä, ja onko saman blogin alla kirjoitetuissa teksteissä yhtenäinen äänensävy vai eroja yksittäisten julkaisujen välillä? Hypoteesini on, että moniäänisyyden ja arvottamisen määrä vaihtelee sekä pankkien välillä että yksittäisen pankin blogijulkaisujen välillä kirjoittajasta riippuen.

Etsin vastauksia tutkimuskysymyksiini hyödyntämällä suhtautumisen teorian kahta alasyseemiä, asennetta (engl. *attitude*) ja sitoutumista (engl. *engagement*). Koska asenne

ilmaisee tekijän suhdetta puheen kohteena olevaan asiaan, pankkien blogitekstien asenteen analyysi voi auttaa vastaamaan, mille asenteille kirjoittajien asiantuntijuuden rakentuminen sekä äänensävyt pohjaavat.

Sitoutumisen alasyteemissä kiinnitän huomioni etenkin tekstien yksi- ja moniäänisyyteen. Analyysissäni tarkastelen, miten asiantuntijuus rakentuu suhteessa jo aiemmin sanottuun ja suhteessa tekijän oletuksiin siitä, mitä sanotaan hänen kirjoituksensa jälkeen. Tarkastelemalla sitä, kuinka avoimena keskustelulle ja muille näkökulmille asiantuntija väitteensä esittää, on mahdollista tulkita tekstiin rakentuvia oletettuja lukijoita sekä kirjoittajan ja lukijan välistä suhdetta.

Rajaukseni perusteella tekstianalyysissä tarkastelemini leksikkokieliopillisiin toteumiin kuuluvat asenteen osalta evaluoiva leksikko ja siitä etenkin adjektiivit. Sitoutuminen näkyy teksteissä pääasiassa modaalisuutena ja referoinnin ilmiönä, joten kiinnitän analyysissäni huomiota muun muassa modaalisiin lausetyyppeihin, dialogiseen sanastoon ja referointiverbien sävyyn. Näiden leksikkokieliopillisten toteumien analyysissä tukeudun ensisijaisesti Isoon suomen kielioppiin.

1.3 Tutkimuksen aineisto

Tutkimukseni aineisto koostuu 30 blogikirjoitusta. Tekstit on julkaistu Nordean Finanssimaailma-blogissa, OP:n op.media-alustalla ja Danske Bankin blogisivustolla. Valitsin juuri nämä blogit aineistokseni siksi, että OP, Nordea ja Danske Bank ovat tilastollisesti Suomen kolme suurinta rahoituslaitosta (Suomen Pankki 2018, sähköinen lähde). Keräsin aineiston 5.7.2018 valitsemalla jokaisesta kolmesta blogista kymmenen uusinta sijoittamista käsittelevää blogijulkaisua. Nämä kirjoitukset ajoittuivat pankkien aiheista ja julkaisutahdistista riippuen edeltävän reilun vuoden ajalle niin, että vanhin blogiteksti oli julkaistu 31.5.2017. Laajemman aineiston tarkastelu ei olisi ollut tämän tutkielman puitteissa mahdollista, sillä suhtautumisen teoria on analysointityökaluna työläs ja aikaavievä. Uskon kuitenkin, että 30 blogitekstiä antaa mahdollisuuden relevanttien johtopäätösten ja uusien hypoteesien tekemiseen.

Pankit julkaisevat sivuillaan myös sijoittamista käsitteleviä uutisia ja artikkeleita, ja monet niistä olisi voinut tekstilajipiirteidensä perusteella tulkita blogiteksteiksi. Rajasin aineistoni kuitenkin vain niihin teksteihin, jotka pankki itse on sivullaan luokitellut blogijulkaisuksi joko palstanimellä tai ”blogi”-tunnuksen avulla. Rajasin aiheen sijoittamista käsitteleviin julkaisuihin hyödyntämällä sivustojen omia luokitteluja. Op.mediasta hyväksyin ”Sijoittaminen”-tunnuksella varustetut tekstit ja

Nordean blogiteksteistä ne, jotka löytyivät ”sijoittaminen”-hakusanalla. Danske Bankin sivustolla ei ollut aihetunnisteita, joten rajasin aineiston tulkitsemalla itse, missä teksteissä puhuttiin sijoittamisesta.

Tilan säästämiseksi käytän aineistoon viittaamisessa aineistokoodeja. OP tarkoittaa op.mediaa, NO Nordean Finanssimailma-blogia ja DB Danske Bankin blogialustaa. Olen aakkostanut blogitekstit julkaisujärjestyksessä niin, että a tarkoittaa uusinta ja j vanhinta alustalla julkaistua blogikirjoitusta. Esimerkiksi koodi OPa tarkoittaa uusinta 5.7.2018 saatavilla ollutta op.media-alustalla julkaistua blogikirjoitusta. Aineistonani käyttämät blogikirjoitukset ovat ainakin toistaiseksi julkisesti saatavissa. Blogitekstien linkit ovat lähdeluettelossa, ja pyydettyä tekstiä ovat saatavissa myös kirjoittajalta pdf- ja png-muodossa.

1.4 Tutkimuksen rakenne

Tutkielma koostuu kuudesta luvusta. Luvuissa 2 ja 3 esittelen tarkemmin pro gradu -tutkielmani teoriataustaa. Luku 2 käsittelee aineistoni eli blogikirjoitusten tekstilajikontekstin teoriaa, ja se jakautuu kahteen osaan: blogin tekstilajin kehityksen kuvaamiseen sekä blogin aseman kuvaamiseen institutionaalisen viestintäkanavana, brändin rakentajana ja asiantuntijaviestinnän välineenä. Luvussa 3 käyn läpi suhtautumisen teorian historiaa, ajatuksia ja käsitteitä niiltä osin kuin ne ovat aiheeni ja tutkimuskysymysteni kannalta oleellisia.

Luvussa 4 sovellan suhtautumisen teorian analyysimetodia omaan aineistooni: Luvussa 4.1 tarkastelen pankkien blogien aiheita ja kontekstia yleisesti. Luvussa 4.2 pyrin asenteellisia kielellisiä aineksia analysoimalla vastaamaan tutkimuskysymykseen 1 eli siihen, kuinka paljon, kuinka subjektiivista ja kuinka suoraa asia-arvottamista blogiteksteissä esiintyy. Luvussa 4.3 tarkastelen aineistoa suhtautumisen teorian sitoutumisen systeemiä hyödyntäen ja tulkitsem kirjottajan ja oletettujen lukijoiden rooleja, näiden suhdetta ja tekstiin rakentuvaa moniäänisyyttä. Tämä luku pyrkii siis vastaamaan tutkimuskysymyksiin 2 ja 3 sekä osittain myös tutkimuskysymykseen 1. Luku 4.4 vastaa neljänteen tutkimuskysymykseen eli siihen, miten OP:n, Nordean ja Danske Bankin blogien asenteet, tekijän ja oletetun lukijan roolit, moniäänisyys ja yleisesti äänensävyt eroavat keskenään ja blogien sisäisesti.

Luvussa 5 tarkastelen saamiani tuloksia kokoavasti suhteessa tutkimuskysymyksiin ja hypoteeseihin. Pohdin myös tulosteni valossa sitä, millaisena uskottavuus ja uskottava asiantuntija näyttäytyvät pankin markkinointiviestinnässä. Luvussa 6 pohdin tutkielmani tuloksien merkitystä sekä mahdollisia jatkotutkimusmahdollisuuksia.

2 Yritysblogi yrityksen asiantuntijaviestinnän kanavana

Tekstilajit ovat kulttuuri- ja tilannesidonnaisia toimintamalleja, jotka ohjaavat sosiaalista käyttäytymistämme – merkitysten tuottamista, välittämistä ja tulkitsemista (Heikkinen–Voutilainen 2012: 17). Tekstilajikäytännöt puolestaan ovat kulttuurisia esitystapoja, jotka liittyvät tiettyihin sosiaalisiin tilanteisiin. Tekstin tuottamista rajoittavat aina jossain määrin tekstilajin institutionaalinen konteksti ja päämäärät. Tämä konteksti rajaa myös kirjoittajan käytössä olevien kielellisten valintojen määrää. (Katajamäki 2006: 98.) Tekstilaji ja tekstilajikäytännöt vaikuttavat siten siihen, missä määrin asiantuntija voi teksteissään ilmaista subjektiivisia mielipiteitä, arvottaa kielenulkoisia asioita ja ilmiöitä tai puhutella lukijoitaan.

Tässä luvussa erittelen blogille tyypillisiä tekstilajipiirteitä, blogin historiaa sekä blogin sijoittumista markkinointiviestinnän, yritysviestinnän ja asiantuntijaviestinnän kontekstiin.

2.1 Blogi ja sen kehitys tekstilajina

Nykyisessä tieto- ja tekstiyhteiskunnassa erilaisten tekstien määrä kasvaa jatkuvasti. Myös tekstilajien määrä kasvaa ja muuttuu: tekstilajit ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa toistensa kanssa sekä lainaavat toisiltaan ja sekoittuvat toisiinsa. (Heikkinen–Voutilainen 2012: 17, 36–37.) Myös blogi on vakiintunut tunnistettavaksi tekstilajiksi lainaamalla muista tekstilajeista. Varhaisimmat blogit olivat linkkiloistoja, joita tekstissä kommentoitiin ja jotka oli järjestetty kronologisesti. Blogin edeltäjiksi on lueteltu muun muassa yksityiset päiväkirjat, kolumnit ja pamflettikirjallisuus sekä ennen kaikkea lokikirjat (engl. *web + log = blog*), joista blogi on perinyt muun muassa ajankohtaisuuden, kronologisuuden ja säännöllisen päivittämisen piirteet. (Miller–Shepherd 2004: 6–7; Koskinen 2014: 31–31.)

Blogin katsotaan syntyneen vuonna 1996, jonka jälkeen sen suosio verkkoviestinnän välineenä on kasvanut eksponentiaalisesti (Herring ym. 2005: 2). Tekstilajia määrittäviksi peruspiirteiksi on esitetty käänteisen kronologisuuden lisäksi asynkronisuus eli kirjoittamisen ja lukemisen eriaikaisuus, viestinnän yksisuuntaisuus tai osallistumisen epäsuhtaisuus, viestien säilyvyys ja arkistointi sekä tekstipainotteisuus. Myös kommentointimahdollisuutta pidetään tärkeänä blogin tekstilajipiirteinä. (Koskinen 2014: 130.)

Kehityksensä aikana blogi on saanut paljon uusia käyttötarkoituksia. Teknologian kehittyessä myös sisällön mahdollisuuksiin ja painotuksiin on tullut muutoksia – kuvat ovat saaneet enemmän tilaa

etenkin henkilökohtaisissa blogeissa ja lifestyle-blogeissa. Blogi onkin suhteellisen nuori ja yhä kehittyvä tekstilaji, jonka konventiot vasta hakevat muotoaan. Kaikki blogille tyypillisinä piirteinä pidetyt ominaisuudet eivät välttämättä käy toteen kaikissa blogiksi mielletyissä teksteissä. Muun muassa linkkejä muihin teksteihin on pidetty yhtenä blogin peruspiirteenä, mutta esimerkiksi Herringin ym. (2005) tekemässä aineistoanalyttisessä tutkimuksessa huomattiin, että käytetyssä aineistossa vain noin kolmasosassa oli hyödynnetty ulkopuolisia linkkejä. Tekstilajit muuttuvat jatkuvasti ja jokainen uusi teksti vahvistaa tai uudistaa tekstilajin muodostamisen käytäntöjä (Heikkinen–Voutilainen 2012: 35). Tekstilajien määrittelyssä olennainen merkitys on diskurssiyhteisön omilla nimityksillä (Koskinen 2014: 131), ja Kimmo Svinhufvud (2013: 201) toteaaikin artikkelissaan blogin yhdeksi hyödylliseksi piirteeksi muokattavuuden.

Blogeille on ominaista myös julkisen ja yksityisen leikkaaminen sekä henkilökohtaisuus, jonka astetta blogin kirjoittaja säätelee kielen avulla (Koskinen 2014: 132–131). Blogit ovat henkilökohtaisia tekstejä, joissa saa näkyä kirjoittajan persoona (Svinhufvud 2013: 201) ja joiden takana kirjoittaja seisoo usein jopa nimellään ja kuvallaan mutta ainakin brändillään. Tavallisesti blogilla on yksi tunnettu kirjoittaja, tai jos kirjoittajia on useampia, yksittäiset kirjoittajat ovat yleensä tunnistettavissa esimerkiksi nimestä tai kuvasta. Bloggaaminen on itseilmaisua, jossa kirjoittaja rakentaa teksteillään kuvaa itsestään tai suhteestaan johonkin aiheeseen. (Koskinen 2014: 132.) Kuten esimerkiksi sanomalehden pääkirjoituksissa (ks. Katajamäki 2018: 97), myös blogeissa on hyväksyttävää ja jopa suotavaa esittää mielipiteitä ja arvottaa asioita kirjoittajan omasta näkökulmasta.

Bloggaaminen on myös aina ulospäin suuntautuvaa viestintää ja suhdetyötä, sillä blogeilla luodaan yhteyksiä ja vaikutetaan muihin (Miller–Shepherd 2004: 9–10; Koskinen 2014: 132–133). Usein kirjoittajalla on myös ainakin mahdollisuus kommunikoida yleisönsä kanssa myös vuorovaikutteisesti kommentoinnin kautta.

Erilaiset blogikirjoitukset voi jaotella blogin tekstilajin alle sijoitettaviin alagenreihin tai alatyyppeihin. Suosituin blogityyppi ovat teemablogit eli blogit, jotka keskittyvät käsittelemään eri näkökulmista vain yhtä aihetta, kuten muotia, ruokaa, perhe-elämää tai politiikkaa. Henkilökohtaisten blogien aiheet liittyvät kirjoittajan elämään, kokemuksiin ja ajatuksiin, esimerkiksi masennukseen tai opiskelijavaihtoon. Kolmannen blogityypin muodostavat asiantuntijablogit, joita ylläpitää yleensä pienyrittäjä tai jonkin alan asiantuntija tai kouluttaja. Asiantuntijablogien aihe on yleensä tarkkaan rajattu. (Svinhufvud 2013: 202–203.) Sijoitan OP:n, Nordean ja Danske Bankin blogit tässä tutkielmassa asiantuntijablogien alatyyppeihin.

2.4 Blogi asiantuntijayrityksen brändin näyteikkunana

Vaikka blogeja pidettiin alun perin henkilökohtaisen viestinnän välineenä, on tekstilaji omaksuttu laajasti myös institutionaaliseen käyttöön. Instituutio on kommunikaatioverkosto, jota pidetään yllä ihmisten kanssakäymisessä ja erilaisissa kielellisissä rekistereissä (Heikkinen 2000b: 268). Virkayhteisö rakentuu sosiaalisten roolien hallitsemisen ja niiden kielellisen siirtämisen varaan, ja on syytä olettaa, että virkakäytössä blogit saavat omanlaisiaan piirteitä ja tavoitteita (Heikkinen 2000b: 269; Koskinen 2014: 133).

Organisaatioilla blogin käytön motiivina voi esimerkiksi olla paine täyttää viestinnässään henkilökohtaisuuden tai avoimuuden vaatimukset, jotka ovat sosiaalisen median myötä voimistuneet. Blogilla voidaan haluta esimerkiksi rakentaa luottamusta ja osallistaa viestinnän kohderyhmää. Blogigenreen olennaisesti kuuluva yksityisen ja julkisen välinen tasapainoilu on keino tuoda organisaation viestintään ihmiskasvoisuutta ja siten luoda helposti lähestyttävämpää ja avoimempaa mielikuvaa. Näiden mielikuvien tavoittelussa suuri painoarvo on sisällön affektiivisuudella eli kyvyllä herättää tunteita. (Koskinen 2014: 133–134.) Tunteiden herättäminen ja viestinnän muuttaminen yksisuuntaisesta kaksisuuntaiseksi vuorovaikutukseksi ei kuitenkaan aina ole helppoa etenkin perinteisille instituutioille siitäkään huolimatta, että blogi tekstilajina antaisi sille mahdollisuuden tai jopa ohjaisi siihen suuntaan.

Institutionaalisille tekstilajeille on tyypillistä, että niillä on vakiintuneet viestinnän päämäärät ja että niissä toimitaan todennäköisesti samoin kuin ennenkin on toimittu – muutos ei siis ole odotuksenmukaista (Katajamäki 2018: 51). Blogi ei kuitenkaan ole tekstilajina tarkkarajainen tai yhtä vakiintunut kuin esimerkiksi sanomalehden pääkirjoitus, eikä se siten ohjaa kielenkäyttäjän kielellisiä valintoja yhtä vahvasti kuin perinteisemmät tekstilajit. Koska blogin tekstilajikäytännöt eivät vielä ole täysin vakiintuneet, organisaatiot voivat hyödyntää sitä viestinnässään suhteellisen vapaasti. Eri kirjoittajien on myös helpompi ottaa kirjoittaessaan erilaisia sosiaalisia rooleja ja hyödyntää blogin tekstilajia tekstilleen asettamien, tiedostettujen tai tiedostamattomien, tavoitteiden saavuttamiseksi.

Toisin sanoen koska blogin institutionaaliset käytännöt eivät ole vakiintuneita, kirjoittaja voi roolissaan toimia melko vapaasti. Kirjoittajan puhujaposition valintaa ohjaavat tekstilajikäytäntöjen sijaan enemmän diskurssiyhteisön odotukset, institutionaalinen konteksti ja tekstin retorinen päämäärä. Loppujen lopuksi kirjoittajan pitää vakuuttaa vain diskurssiyhteisönsä – se ihmissuhdeverkko, jossa kirjoittaja omaksuu sosiaalisen roolinsa (Katajamäki 2018: 159). Sosiaaliseen rooliin vaikuttavat tekstilaji ja se, mitkä odotukset tekstilajin tuottamiseen ja tulkitsemiseen vaikuttavat ja mikä on sallittua pyrittäessä tekstin retoriseen päämäärään.

Tekstin sävy ja kirjoittajan rakentama identiteetti voivat vaihdella eri organisaatioiden blogitekstien välillä paljon samankin toimialan sisällä. Jos esimerkiksi asiantuntija on tottunut instituutiossaan hyvin yksisuuntaiseen viestintään ja autoritääriseen sosiaaliseen rooliin, voi tämä sävy siirtyä myös blogitekstiin, vaikka tekstilajin puitteissa avoimuus ja vuorovaikutuksellisuus olisi odotuksenmukaista. Blogissa kuuluvat äänet heijastavat siten vahvasti kuvaa siitä, millaisena organisaatio ja kirjoittaja näkevät tekstin päämäärän ja asiantuntijan institutionaalisen roolin: mitä ammatin ja organisaation päämääriä, suosituksia ja edellytyksiä on otettava huomioon? (Ks. Katajamäki 2018: 31–33.) Tämän blogin tekstilajin salliman vapauden vuoksi on kiinnostavaa tutkia, rakentuuko samalla toimialalla toimivien pankkien blogeihin erilaisia äänensävyjä, ja jos rakentuu, minkälaista kuvaa ne heijastavat organisaation asiantuntijakuvasta. Varsinkaan perinteisillä aloilla uskottavien asiantuntijoiden ilmaisu ei ole tunnepitoista tai kovin avointa vaan ennemmin etäistä ja auktoriteettia korostavaa, joten tekstilajin, diskurssiyhteisön ja organisaation toiveet saattavat törmätä eri pankkien teksteissä eri tavoin.

Institutionaalisen viestinnän tavoite ei ole vain kertoa instituution toiminnasta vaan myös synnyttää positiivisia mielikuvia (Koskinen 2014: 134). Yrityksillä blogit toimivat usein ennen kaikkea markkinointiviestinnän ja sisältömarkkinoinnin kanavana: niiden avulla palveluja tai tuotteita pyritään välillisesti myymään esimerkiksi kertomalla niiden hyödyistä tai ilmiöistä niiden ympärillä. Kuten muutkin yrityksen kotisivuilla julkaistavat tekstit, blogikirjoitukset ovat yritykselle tärkeitä itsemäärityksen ja arvojen esittelyn foorumeita, jotka toimivat blogin omistajan mainoksena ja digitaalisena näyteikkunana (Virsu 2012: 105). Brändinrakennusta ja yrityksen tuotteiden tai palveluiden myynnin ainakin välillistä lisäämistä voi siten pitää myös blogitekstien retorisisina päämäärinä.

Asiantuntijayrityksen blogien kielen sävyn pitää tasapainoilla markkinoinnin kielen ja asiantuntijan kielen välimaastossa. Tekstit eivät saa olla kieleltään liian markkinoivia, sillä lukijat odottavat blogilta ainakin jonkin verran tekstilajille tyypillistä ajankohtaisuutta ja henkilökohtaisuutta, eivät ainoastaan tuotteiden tai palveluiden kuvaamista. Vuonna 2017 tehdyn tutkimuksen mukaan yritysten sosiaalisen median brändiviestinnän julkaisut tuntuvat kuluttajista jopa epäluotettavilta, ja sisällöiltä toivotaan hyötyä, läpinäkyvyyttä ja aitoutta (Kantar TNS 2018, sähköinen lähde).

Työn luonteen muutos sekä tieto- ja tekstiyhteiskuntaan siirtyminen ovat tehneet asiantuntijatyöstä entistä yleisempää – ja entistä kielellisempää (Johansson–Nuolijärvi–Pyykkö 2010: 10–11). Asiantuntijan suhde toisiin asiantuntijoihin ja tuotettuun tietoon on noussut työssä keskiöön. Asiantuntijatyö on pitkälti vuorovaikutusta, ja tekstien tuottaminen tärkeä osa itse työtä. Kielellä rakennetaan toimijoiden välisiä suhteita, ja näissä suhteissa ilmenee myös valtasuhteita ja retorisia

päämääriä, kuten suostuttelua, sitouttamista, taivuttelua ja neuvottelua. (Mt.: 10–12.) Kielellä rakennetaan identiteettejä ja merkityksiä (Johansson–Pyykkö 2005: 12–14).

Tekstit välittävät asiasisällön lisäksi representaatioita kirjoittajan identiteetistä. Keskeinen osa asiantuntijoiden käytännön osaamista onkin kyky rakentaa itsestään ja työstään uskottava kuvaus niin, että se on linjassa yhteisön ja yleisön sosiaalisesti muotoutuvien identiteettien kanssa. Asiantuntijan kielellisiä mahdollisuuksia rajaavat ne odotukset, joita diskurssiyhteisöllä on asiantuntijan roolia kohtaan – tai ne oletukset, joita asiantuntijalla on diskurssiyhteisön odotuksista. Nämä oletukset tulevat näkyviin kielessä esimerkiksi subjektiivisuuden asteen sekä itseen viittaamisen keinoina, kuten 1. persoonan pronomineina. (Hyland 2002.)

Asiantuntijoiden tuottamaa vuorovaikutusta ja viestintää voidaan pitää yrityksen brändiä rakentavina tuotteina. Kieli- ja kommunikaatiodesignin keinoin niitä pyritään standardoimaan siten, että ne tekevät yrityksen viestinnästä yhtenäisempää. (Johansson–Nuolijärvi–Pyykkö 2010: 13.) Asiantuntijayrityksessä blogien tärkeä tehtävä on sitouttaa lukijoita ja herättää heissä luottamusta. Tässä tutkielmassa kiinnostavaa on etenkin se, millainen ja kuinka yhtenäinen ääni pankkien blogien eri blogiteksteille rakentuu: Rakentuuko teksteihin pankin asiantuntijalle autoritäärinen, subjektiivinen tai esimerkiksi keskustelevaa ääni? Onko jokaisella kirjoittajalla oma äänensä ja ”henkilöbrändinsä”, joiden kautta pankki rakentaa uskottavuutta, vai onko kieli muotoiltu yhtenäiseksi niin, että teksteistä nousee esiin vain yksi pankin ääni?

3 Diskurssisemantiikka ja suhtautumisen teoria

Tässä luvussa esittelen tarkemmin tutkielmani teoriataustaa eli systeemis-funktionaalista (SF) kieliteoriaa sekä sen alateorioita. Luvussa 3.1 esittelen yleisesti SF-kieliteorian peruskäsitteet kielestä, tekstistä ja kontekstista. Luvussa 3.2 esittelen SF-kielitieteen alakoulukuntaa, Sydneyn koulukuntaa, joka kehitti myös suhtautumisen teoriaa. Luvussa 3.3 käsittelen suhtautumisen systeemiä ja sen ajattelumalleja tarkemmin. Luku 3.4 ja 3.5 käsittelevät analyysini kannalta tärkeitä suhtautumisen teorian alasysteemejä, sitoutumista (engl. *engagement*) ja asennetta (engl. *attitude*) sekä asenteen alakategoriaa, asia-arvottamista (engl. *appreciation*).

3.1 Systeemis-funktionaalinen kielitiede

M. A. K. Hallidayn kehittämä SF-kieliteoria on yksi kielentutkimuksen perusteorioista. Se pyrkii kuvaamaan kieltä osana ihmisen sosiaalista toimintaa, ja sen ytimenä on kolme peruselementtiä: kielen systeemi, teksti ja konteksti (Luukka 2002: 90). Teorian mukaan kieli antaa käyttäjälleen resurssit, joita hän voi eri tilanteissa käyttää merkitysten rakentamiseen (Pietikäinen–Mäntynen 2009, 14; Baker & Ellece 2010, 146). Kieli nähdään merkityspotentialina tai merkityssysteeminä, joka tarjoaa kielenkäyttäjälle kaikkien tilanteissa mahdollisten merkitysten joukon valintojen tekemiseen. Kielenkäyttäjän valinnat reaalistuvat puheessa tai kirjoituksessa leksikkokieliopillisina ilmauksina. (Heikkinen 2012b: 65; Shore 2012: 134.)

Systeemi tarkoittaa sitä vaihtoehtojen joukkoa, josta kielenkäyttäjä voi tehdä valintoja tietyssä tilanteessa (Luukka 2002: 96). Halliday omaksui systeemin käsitteen J. R. Firthiltä ja alkoi mallintaa systeemejä systeemiverkostolla (engl. *system network*). Systeemin käsitteeseen kiteytyy kaksi SF-teorian perusajatusta: ensinnäkin kieli ymmärretään systeemien systeeminä ja toiseksi merkitysten katsotaan syntyvän valinnoista, jotka tehdään vaihtoehtoisista mahdollisuuksista. (Shore 2012: 139–140.)

Vaikka keskeinen osa hallidaylaista SF-kielentutkimusta ovat systeemit ja niiden mallintaminen verkostojen avulla, monet SF-tutkijat keskittyvät pääasiassa kielen funktionaalisuuden tutkimiseen. Hallidayn mukaan kielen tarkasteleminen funktionaalisenä tarkoittaa sitä, että pyritään selvittämään, miten kieli on muovautunut käytössä – toisin sanoen ”kuinka kielen muotoa ovat säädelleet ne funktiot, joiden palvelemiseksi se on kehittynyt” (Halliday 1973, 7; suomennos Shore 2012: 145). Merkityksiä ei voi analysoida muuten kuin suhteessa kielenkäytön funktioihin (Luukka 2002: 94).

Halliday jakaa kielen funktionaalisuuden kolmeen kielen muotoon vaikuttavaan metafunktiioon eli toiminnalliseen perustehtävään: ideationaaliseen, interpersoonaiseen ja tekstuaaliseen metafunktiioon. Ideationaalisella metafunktiolla tarkoitetaan kielen tehtävää konstruoida maailmaamme. Interpersoonainen metafunktio kohdistuu ideationaalisen metafunktion tavoin ulkoiseen maailmaan, ja se käsittää sen, miten käytämme kieltä sosiaalisten suhteiden luomiseen ja ylläpitämiseen ja toisaalta ilmaisemaan suhtautumistamme omiin ja toisten sanomisiin. Tekstuaalisella metafunktiolla puolestaan tarkoitetaan sitä, miten kieltä käytetään luomaan tekstejä. (Halliday 1973: 105; Shore 2012: 145–147.) Suhtautumisen teoria perustuu kielen interpersoonaiseen metafunktiioon. Esittelen suhtautumisen systeemiä tarkemmin seuraavassa luvussa.

SF-teorian mukaan teksti on sosiaalisen vuorovaikutuksen lingvistinen muoto, ja tekstit ovat sekä olemassa olevien diskurssien muodostamia että niitä muokkaavia. Koska tekstit ovat kokonaisia ja kontekstuaalisia, niitä ei SF-teorian mukaan voi tulkita irrallisina ilmauksina vaan aina kontekstissaan. (Heikkinen 2012b: 65.) Yksi SF-teorian peruskysymyksistä onkin tekstin ja kontekstin suhde (Heikkinen 2012a: 90–91).

SF-teoriassa erotetaan kolme kontekstin tasoa: tekstikontekstin taso, tilannekontekstin taso ja kulttuurikontekstin taso. Tekstin sisäisten piirteiden tasosta eli tekstikontekstista käytetään nimitystä koteksti. Tilannekontekstissa erotetaan abstrakti tilannekonteksti (engl. *context of situation*, *situational context*) ja konkreettinen aikapaikkainen tilanne (engl. *material situation*, *material situational setting*). (Shore 2012: 136.) Käytän tässä tutkielmassa abstraktin tilannekontekstin kuvaamiseen nimitystä tilannekonteksti (ks. mp.) ja konkreettisen tilanteen kuvaamiseen nimitystä puitteet (ks. Heikkinen 2012c: 17). Tilannekonteksti reaalistuu Hallidayn mukaan rekistereinä, jotka SF-teoriassa ovat tietynlaisessa tilanteessa tyypillisiä kielimuotoja, joille on kyseisessä kulttuurissa kehittynyt odotuksenmukaiset kieliopilliset ja sanastolliset piirteensä (Voutilainen 2012: 70). Kulttuurin suhteesta tilannekontekstiin sekä kieleen systeeminä ja kieleen tekstinä on monia näkemyksiä, mutta kulttuurikontekstin voi nähdä mallintuvan tekstilajeina (ks. Heikkinen 2000a: 119–128). Koska konteksti vaikuttaa vahvasti siihen, millaiseksi kirjoittajan ääni rakentuu ja miten se voidaan tulkita, käsittelen suomalaisten pankkien yritysblogien konteksteja tarkemmin luvussa 4.1.

Metafunktioiden tavoin myös tilannekontekstin eli rekisterin tason muuttujia on kolme, sillä tilannekonteksti jaetaan kolmeen kieltä määrittävään ulottuvuuteen: alaan (engl. *field*), osallistujarooleihin³ (engl. *tenor*) sekä kielen ilmenemismuotoihin (engl. *mode*). Yksi SF-teorian päähypoteeseista, joita on hyödynnetty myös suomalaisessa tutkimuksessa, on metafunktioiden ja

³ Tilannekontekstin muuttujien suomennokset vaihtelevat. Katajamäki (2018: 28) esimerkiksi käyttää osallistujarooleista nimitystä sävy ja ilmenemismuodoista nimitystä tapa.

tilannekontekstin kytkeytyminen toisiinsa. Hypoteesin mukaan tilannekontekstin ala on ideationaalisten merkitysten konstruoima ja heijastama, osallistujaroolit heijastavat interpersoonaisia merkityksiä ja kielen ilmenemismuodot tekstuaalista metafunktiota. (Heikkinen 2012c: 18–19; Shore 2012: 135). Näistä yhteenliittymistä tutkielmani kannalta kiinnostavin on interpersoonaisen metafunktion ja osallistujaroolien korreloivuus, sillä se määrittää erityisesti tekstin sävyä: kielenkäyttäjän tekemät tekstin sävyä määrittävät valinnat ovat seurausta tilannekontekstin osallistujien roolisuhteista (Heikkinen 2012c: 18).

3.2 Sydneyn koulukunta suhtautumisen teorian pohjana

Tekstilajin, rekisterin ja kontekstin käsitteet vaihtelevat paljon eri tekstintutkimuksen teorioissa ja näkökulmissa. Useat tekstintutkijat käyttävät kielellisen funktion ja kielellisen muodon suhteen kuvaamiseen mieluummin käsitettä tekstilaji rekisterin sijaan – esimerkiksi Saukkonen näkee mahdottomana erottaa kulttuuri- ja tilannekontekstia ja siksi suosii rekisterin käsitteen sijaan käsitettä tekstilaji (genre) (Heikkinen 2012c: 17). Myöskään Martin ja White eivät ole omaksuneet rekisterin käsitettä suhtautumisen teoriaan sellaisenaan. Esittelen tässä alaluvussa tutkielmani kannalta merkittävimmät erot heidän teoriansa ja hallidaylaisen SF-teorian välillä.

Martinin ja Whiten suhtautumisen teoria perustuu niin sanotun Sydneyn koulukunnan työhön. Sydneyn koulukunta on 1980-luvulla Sydneyn yliopiston kielitieteen laitoksella syntynyt koulukunta, joka lähti kehittämään Hallidayn ja Hasanin ajatuksia tekstintutkimuksesta. Sydneyn koulukunnan johtohahmo on Hallidayn oppilas James Martin, joka on yksi suhtautumisen teorian pääkehittäjistä. Koulukunta on tunnettu erityisesti genre- ja rekisteriteoriastaan, jossa genren käsite on keskeisessä asemassa. Teoriassa genre eli tekstilaji käsitetään päämäärään tähtäävänä sosiaalisena toimintatyyppinä, joka ohjaa kielellistä ja ei-kielellistä toimintaa. Genre pitää sisällään rekisterivalinnat ja kielen. (Shore 2012: 151–152.)

Rekisteri nähdään tilannekontekstin analyysin tasona (Martin–White 2005: 27). Se on kattotermi tilannekontekstin kolmelle muuttujalle: alalle, osallistujaroolille ja ilmenemismuodolle (Shore 2012: 151). Rekisteri sijoittuu genre- ja rekisteriteoriassa tekstilajin ja kielellisten valintojen väliselle tasolle. Olennainen ero perinteiseen SF-teoriaan on se, että rekisteriä ei ymmärretä genreen kokonaisvaltaisesti kytkeytyväksi vaan sen nähdään pystyvän vaihtelevaan myös tekstin sisällä. (Voutilainen 2012: 71.)

Halliday mallintaa kieltä fonologian, leksikkokieliopin ja semantiikan muodostamana kolmitasoisena järjestelmänä (Hasan 1996: 204). Sydneyn koulukunta ei kuitenkaan ollut Hallidayn tavoin

kiinnostunut lausejäsenyyksien ja lausemerkityksien kuvauksesta, joten he alkoivat puhua diskurssisemantiikasta. Diskurssisemantiikalla viitataan lausetta suuremmissa yksiköissä eli tekstissä reaalistuviin merkityksiin. Kiinnostus on tässä näkemyksessä siinä, miten yksittäiset sanat ja rakenteet muodostavat yhdessä tekstin merkityksiä, sekä siinä, millaisia merkityssuhteita ja diskurssikuvioita (engl. *discourse patterns*) tekstiin syntyy. (Shore 2012: 153.)

Teksteissä reaalistuneet merkitykset jaetaan eri diskurssisysteemeihin, jotka suhteutuvat kielen metafunktioniin. Diskurssisysteemien määrä ja nimet ovat vaihdelleet, mutta Martinin ja Whiten mukaan interpersoonaisen metafunktion diskurssisysteemejä ovat neuvottelu (engl. *negotiation system*), läheisyys (engl. *involvement system*) sekä suhtautuminen (engl. *appraisal system*). (Martin–White 2005: 33–35; Shore 2012: 154.) Neuvottelu liittyy keskustelussa tai keskustelumuotoisessa kirjoituksessa esiintyvään vuorotteluun ja sen jäsentymiseen, ja sitä on tutkittu paljon keskusteluntutkimuksen alalla. Läheisyys sen sijaan on vähemmän tutkittu, Martinin ja Whiten (2005) lisäksi interpersoonaisen metafunktion diskurssisysteemeihin. Läheisyydellä tarkoitetaan tekstien osallistujaroolien neuvottelua, etenkin solidaarisuutta. Siihen liittyvät myös huudahdukset, voimasanat, slangi ja erikoissanasto. (Martin–White 2005: 33–34; Shore 2012: 153–156.) Läheisyyden diskurssisysteemin alle ryhmittyvät kielenpiirteet, erityisesti ammattisanaston ja puhekielisyyden käyttö, ovat tärkeitä myös asiantuntijuuden rakentumisessa. Tässä tutkielmassa en kuitenkaan analysoi läheisyyden diskurssisysteemiä.

Tutkimuskysymykseni sekä tämän tutkielman laajuuden huomioiden olen valinnut päämetodikseni suhtautumisen diskurssisysteemin. Suhtautumisen systeemi pyrkii kuvaamaan ja selittämään sitä, miten kieltä käytetään arvioimiseen, asenteen ilmaisemiseen, tekstuaalisten persoonien konstruointiin sekä interpersoonisten asemien ja suhteiden rakentamiseen (An Introductory Course in Appraisal Analysis, sähköinen lähde).

3.3 Suhtautumisen systeemi

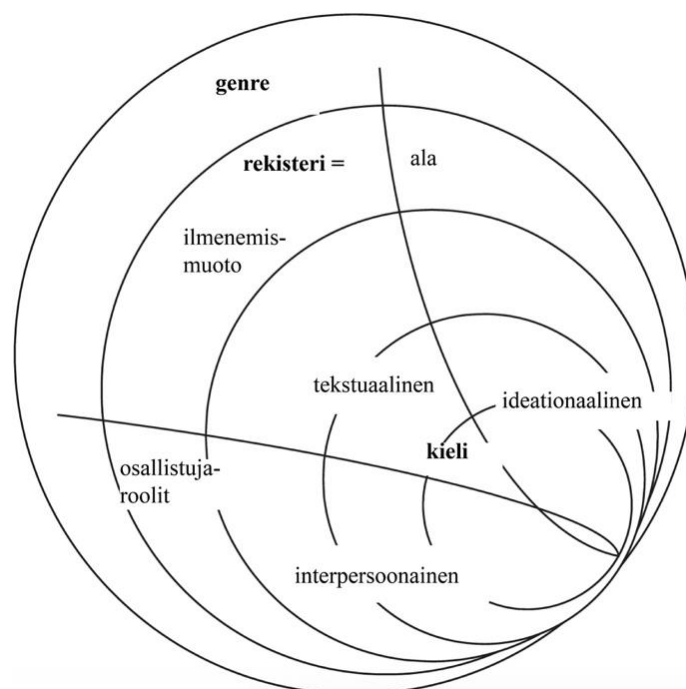
Suhtautumisen teoria on pääosin 1990- ja 2000-luvuilla kehitetty SF-teorian alle sijoittuva teoria, joka tarkastelee affektiivista sekä arvottavaa kielenkäyttöä (Juvonen 2007: 431; White 2015: 1). Sitä ovat kehittäneet etenkin J. R. Martin ja P. R. R. White Sydneyn koulukunnan luoman diskurssisemantiikan sekä genre- ja rekisterimallin pohjalta. He ovat kirjoittaneet teoriasta tähän asti kattavimman esityksen *The Language of Evaluation: Appraisal in English* (2005).

Merkityksenannon resursseja kutsutaan evaluoinnin kieleksi (engl. *language of evaluation*) siksi, että ne ovat kaikki keinoja, jotka paljastavat kirjoittajan asenteet tiettyä ilmiötä tai metailmiötä kohtaan

(White 2015: 1). Martin ja White korostavat tunteen ja asennoitumisen tarkastelua, koska heistä se on jäänyt vähemmälle muussa systeemis-funktionaalisessa kielentutkimuksessa. He pyrkivät paneutumaan monologiseksi katsotun tekstin intersubjektuuteen ja kirjoittajan subjektiiviseen läsnäoloon teksteissä: siihen, miten kirjoittaja omaksuu asenteita kohti sekä esittämäänsä materiaalia että kohdeyleisöään. (Martin–White 2005: 1; Juvonen 2007: 431.) Tässä kysymyksessä keskeiseksi nousee tekstin moniäänisyys. Miten teksti suhteutuu aiemmin sanottuun tai kirjoitettuun, ja millaisia rooleja se rakentaa kirjoittajalle sekä toisaalta oletetuille lukijoille? Juuri näiden suhtautumisen teorian ydinkysymysten vuoksi uskon teorian soveltuvan erityisen hyvin asiantuntijuuden moniäänisyyden ja äänensävyyn tarkasteluun.

Kuten edellisessä alaluvussa on tullut ilmi, suhtautumisen analyysi sijoittuu intersubjektuuden metafunktion alle ja siten käsittelee tilannekontekstin tasolla osallistujaroleja. Genre taas määritellään ”vaiheittaiseksi, tavoitteelliseksi sosiaalisesti prosessiksi”. Tavoitteellisuudella viitataan siihen, miten genrejä käytetään asioiden aikaansaamiseksi ja miten niillä pyritään saavuttamaan tiettyä lopputulosta. Tämä prosessi vaatii yleensä useamman vaiheen, mihin viitataan vaiheittaisuudella. Sosiaalisuudella puolestaan tarkoitetaan tapaa, jolla genreihin osallistutaan muiden ihmisten kanssa. (Martin–White 2005: 32–33.)

Rekisterillä puolestaan viitataan Sydneyn koulukunnan ja genre- ja rekisteriteorian perinteen mukaisesti analyysiin, joka koostuu sosiaalisen kontekstin eli alan, osallistujaroolien ja kielen ilmenemismuodon kategorioista. Rekisteri on diskurssisemantiikkaa abstraktimpi analyysin taso, joka käsittelee diskurssikuvioiden kuvioita (Martin–White 2005: 26–27.)



KUVIO 1. Genre, rekisteri ja kieli (Martin–White 2005: 32; suomennos Shore 2012: 152).

Suhtautumisen tarkastelu on kielen tarkastelua interpersoonaisen metafunktion alaisten diskurssisysteemien tasolla. Tämä tarkoittaa analyysissä sitä, että suhtautumista tarkasteltaessa tekstiä analysoidaan lausetasoa laajemmasta näkökulmasta. Suhtautuminen on ilmiö, joka syntyy eri sanastollisten ja lauseopillisten keinojen yhteisvaikutuksesta, ja evaluoiva merkitys voi toteutua minkä tahansa kielellisen kategorian käyttönä. Keskeistä suhtautumisen analyysissä on myös evaluoivan merkityksen prosodisuus: arvottava sana tai ilmaus voi värittää tekstiä myös laajemmin, sillä se voi ohjata tulkitsemaan arvottavan merkityksen suuntaan myös sellaisia tekstin merkityksiä, joissa ei eksplisiittisesti ole mitään arvottavaa. (Juvonen 2007: 433.)

Sävy on suhtautumisen teoriassa rekisterin tason käsite. Se tarkoittaa niitä arvottavan merkityksenannon resursseja, jotka ovat tietyssä kontekstissa mahdollisia ja todennäköisiä. Asennoituminen (engl. *stance*) puolestaan on sävyn konkreettisempi alakäsite, joka viittaa niihin arvottavan kielenkäytön mahdollisuuksiin, joita tekstityypillä on sävyn puitteissa käytössään. Tietynlaisten sävyjen voi nähdä olevan yhteydessä tietynlaisiin päämääriin. Esimerkiksi uutistekstistä luodaan kuvaa neutraalina tietona toimittajan äänen avulla, ja toimittajan ääni muodostuu sellaisista kielellisistä valinnoista, joilla painetaan kirjoittajan subjektiivisuutta taka-alalle. Yksi tällainen kielellinen keino on esimerkiksi tapa, jolla haastateltavien kommentteja referoidaan. (Martin–White 2005: 163–164; Juvonen 2007: 433.)

Martin ja White analysoivat teoksessaan pääasiassa uutis- ja ajankohtaislehdistön tekstejä: uutisia, analyysyjä ja kommentaareja. He nimeävät teksteistä kuuluvat sävyt ääniksi, ja suhtautumisen teorian merkitystyyppejä tarkastelemalla he erottavat aineistostaan toimittajan, kirjeenvaihtajan ja kommentoijan äänet. Tietyt äänensävyt näyttäisivät olevan yhteydessä tiettyihin retorisiin päämääriin, esimerkiksi toimittajan ääni vahvistaa käsitystä, jonka mukaan teksti on maailmaa puolueettomasti kuvaavaa neutraalia tiedonvälitystä. (Martin–White 2005: 164–165; ks. myös Juvonen 2007: 433.) Uutisteksteistä on siis löydettävissä suhteellisen vakiintuneet arvioivat sävyt (engl. *evaluative key*), mutta toisaalta uutinen on myös genrenä suhteellisen vakiintunut. Blogi sen sijaan on verrattain uusi tekstilaji, joka etsii vielä muotoaan ja jonka retoriset päämäärät vaihtelevat paljon sen mukaan, kuka tai mikä sitä hyödyntää. Tämä on yksi peruste hypoteesilleni, jonka mukaan moniäänisyyden määrä todennäköisesti vaihtelee sekä pankkien välillä että yksittäisen pankin blogijulkaisujen välillä.

Martin ja White hyödyntävät sävyn ja asenteen tarkastelussa SF-teorian ajatusta kielestä merkityspotentialina ja yksittäisistä teksteistä tämän potentiaalil ilmentymänä, ja soveltavat Hallidayn ja Mathiessenin kehittämää ilmentymän jatkumoa (engl. *cline of instantiation*) kuvaamaan myös arvioinnin kielen potentiaalil ja ilmentymän jatkumoa. Jatkumo ottaa huomioon myös luennan merkityksen. Katajamäen (2018: 58) sanoin: ”Kielellisten, aktuaalistuneiden valintojen tarkastelu on

tulkintaa, joka on sidoksissa lukijaposition. Merkitysten tulkinnassa on siten kyse pikemminkin luennan kuin tekstin analyysistä.”

TAULUKKO 1. Jatkumo systeemistä luetaan: yleinen systeeminen potentiaalin jatkumo ja sen sovellutus suhtautumisen kieleen. (Martin–White 2005: 162–164; suomennos soveltaen Katajamäki 2018: 57).

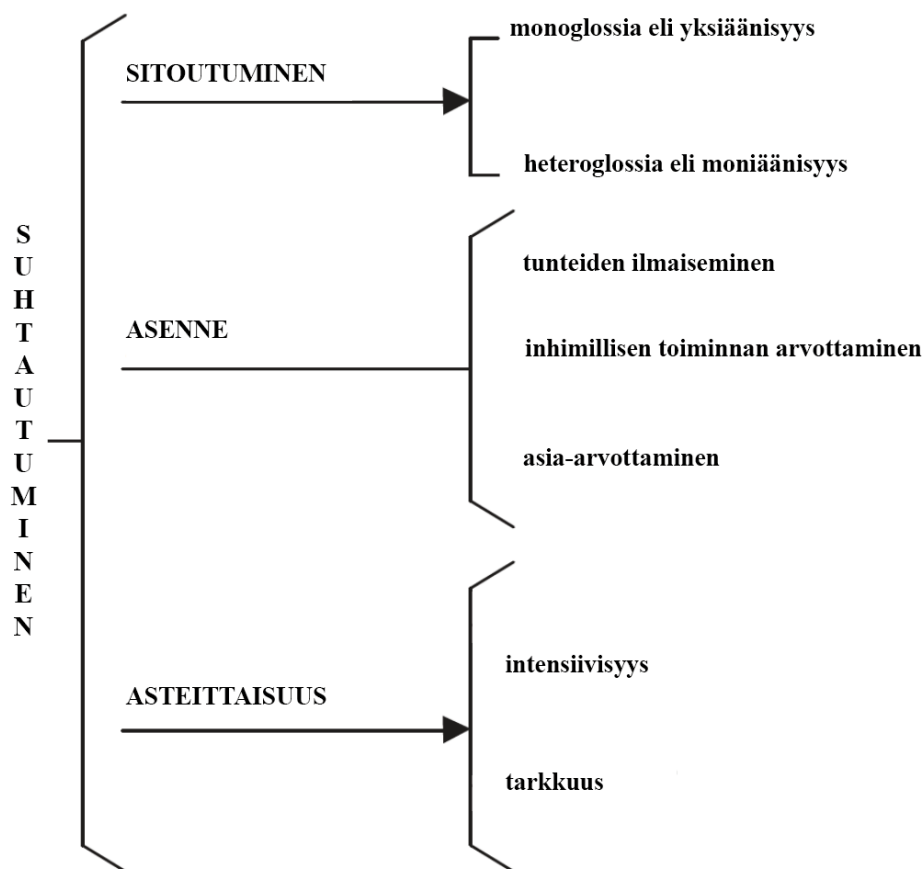
Jatkumo systeemistä luetaan: kielen yleinen potentiaali ja ilmentymät	Jatkumo systeemistä luetaan: sovellutus kielen sävyyn
<p>1. kielen systeemi (engl. <i>system</i>): kielen yleinen merkityspotentiaali</p> <p>2. rekisteri (engl. <i>register</i>): osapotentiaali; tilanteiset valintamahdollisuudet kielen yleisestä merkityspotentiaalista</p> <p>3. tekstityyppi (engl. <i>text type</i>): osapotentiaali; tekstiryhmä, jolle tietyt valintamahdollisuudet kielen potentiaalista ovat vakiintuneet todennäköisemmiksi kuin toiset</p> <p>4. instantiaatio (engl. <i>instance</i>): aktuaalistuneet valinnat</p> <p>5. luenta (engl. <i>reading</i>): lukijan subjektiivisesti määrittynyt tulkinta omasta lukijapositionaan käsin</p>	<p>1. suhtautumisen systeemi (engl. <i>appraisal, system</i>): arvottavien ja sitoutumisen merkitysten merkityspotentiaali</p> <p>2. avain (engl. <i>key</i>): tilanteiset ja yleistyneet valintamahdollisuudet suhtautumisen systeemistä</p> <p>3. asennoituminen (engl. <i>stance, text type</i>): suhtautumisen merkitysten valintojen toteutumisen malli tekstissä, tietyn avaimen käyttö yhdistettynä retorisiin päämääriin ja tekijän identiteetin rakentamiseen</p> <p>4. suhtautuminen (engl. <i>evaluation</i>): aktuaalistuneet suhtautumisen merkitykset tekstissä</p> <p>5. reaktio (engl. <i>reaction/reading</i>): lukijan suhtautumisen merkitysten tulkitseminen omasta lukijapositionaan käsin</p>

Suhtautumisen teorian mukaan sävyn tärkeimmät muuttujat ovat valta (engl. *power*) ja solidaarisuus (engl. *solidarity*). Valta on interpersoonaisen suhteiden vertikaali muuttuja, joka kuvaa hierarkkista suhdetta eli sitä, ovatko vuorovaikutustilanteen osapuolet tasavertaisia vai eivät. Solidaarisuus puolestaan tarkoittaa suhteiden horisontaalista muuttujaa, sitä, kuinka empaattisia ja avoimia osapuolet ovat. Suhtautumisen teoria itsessään keskittyy vallan analyysiin. Solidaarisuuteen keskittyy puolestaan osallisuuden systeemi. (Martin–White 2005: 29, 35; Katajamäki 2018: 39.) Tässä tutkielmassa keskityn suhtautumisen systeemiin eli valtasuhteiden analyysiin, mutta koska solidaarisuuden rekisteritason alle sijoittuu monia asiantuntijuuteen ja auktoriteettiin liittyviä kielen ilmiöitä, sivuan myös solidaarisuutta analyysissäni.

Suhtautumisen systeemi jakautuu kolmeen alasysteemiin: asennoitumiseen (engl. *attitude*), sitoutumiseen (engl. *engagement*) ja asteittaisuuteen (engl. *graduation*). Asennoitumisen analyysissä tarkastellaan tunteita ja muita reaktioita inhimillisiä ja ei-inhimillisiä asioita kohtaan. Asenne jakautuu kolmeen alakategoriaan, tunteiden ilmaisemiseen (engl. *affect*), inhimillisen toiminnan arvottamiseen (engl. *judgement*) ja asia-arvottamiseen (engl. *appreciation*). (Juvonen 2007: 432.)

Omassa aineistoanalyysissäni tarkastelen asenteesta erityisesti asia-arvottamista, sillä pankkien blogit voi tulkita asiakeskeisiksi teksteiksi, joissa arvioidaan ja kuvataan asioita sekä ajankohtaisia tapahtumia. Ihmisten roolina ei teksteissä ole arvottamisen kohteena oleminen, joten jätän inhimillisen toiminnan arvottamisen analyysini ulkopuolelle. En myöskään tarkastele tunteiden ilmaisua, koska pankkien blogeissa asennetta ei ilmaista tekijän tunteiden kautta eikä taloutta arvoteta tuntemuksien vaan kulttuurissa yleisesti jaettujen arvojen sekä talouden erikoisalan normituksen perusteella. (Ks. myös Katajamäki 2006: 99.) Esittelen asia-arvottamista luvussa 3.4.

Sitoutumisen alasyteemissä analyysin kohteena ovat tekstin kaikki ilmaisutavat, joilla tekijän ääni asemoi itsensä suhteessa muihin ääniin ja asemiin, joita konstruoidaan olevan mukana kyseessä olevassa viestinnällisessä kontekstissa (Martin–White 2005: 94). Tärkeä jako sitoutumista tarkastellessa on yksiäänisyys eli monoglossia ja moniäänisyys eli heteroglossia (Juvonen 2007: 432). Sitoutuminen on toinen suhtautumisen teorian alasysteemeistä, joita hyödynnän analyysissäni. Esittelen sitoutumista tarkemmin luvussa 3.5.



KUVIO 2. Suhtautumisen systeemi ja sen osasyteemit (Martin–White 2005: 38).

Asteittaisuuteen liittyy kaikki se, kuinka intensiivisenä (engl. *force*) ja tarkkana (engl. *focus*) arviointi välitetään. Asteittaisuus niputtaa yhteen ilmiöitä, joita on tarkasteltu esimerkiksi intensifioijien, vähentäjien, varausten ja pehmentimien ilmiöiden kautta. (Juvonen 2007: 432.) Tässä tutkielmassa minulla ei ole mahdollisuutta ottaa laaja-alaista asteittaisuuden tarkastelua mukaan analyysiini, mutta analysoidessani asia-arvottamista ja sitoutumista nostan esiin ilmaisia vahvistavia ja lieventäviä kielenaineiksia siltä osin kuin ne ovat merkittäviä tulkinnan kannalta.

3.4 Asioiden arvottaminen

Kirjoittajan suhtautuminen asioihin ja ilmiöihin, kuten talouteen ja sijoittamiseen, rakentuu tekstiin arvostusten kautta, sillä arvottaminen tapahtuu aina suhteessa johonkin. Suhtautuminen rakentaa myös ideologisia merkityksiä ja yhteisöllisyyttä niiden lukijoiden kanssa, jotka arvottavat ihmisiä ja asioita kirjoittajan kanssa samalla tavalla. (Fairclough 1992: 64; Katajamäki 2006: 100.)

Yleisesti ottaen voidaan ajatella, että asenteen alasysteemin kaikki kolme evaluoivaa resurssia – tunteiden ilmauseminen, inhimillisen toiminnan arvottaminen ja asia-arvottaminen – kielentävät tunteita. Tunteiden ilmaiseminen on ikään kuin perussysteemi, joka institutionalisoituu kahdessa muussa: inhimillisen toiminnan arvottaminen ja asia-arvottaminen ovat niin sanotusti institutionaalisia tunteita. Inhimillisen toiminnan arvottaminen ilmaisee käyttäytymistä koskevia, jaettuja yhteisön odotuksia, joista jotkut muodollistuvat säännöiksi ja säädöksiksi. Asia-arvottaminen puolestaan on esityksiä asioiden ja ilmiöiden arvosta. Se kuvaa, mitä asiat ovat arvoltaan ja mitä eivät yhteisön jaetussa arvomaailmassa. Jotkin näistä arvostuksista muodollistuvat esimerkiksi palkinnoiksi. (Martin 2003: 147; Martin–White 2005: 45, 56.) Kun inhimillisen toiminnan arvottaminen koskee etiikkaa ja moraalisuutta, asia-arvottaminen puolestaan käsittää estetiikan ja arvon (Martin 2003: 147).

Kaikissa asenteen alasysteemeissä arviointia voi tehdä positiivinen–negatiivinen-akselilla (Martin 2003: 159–160). Jaottelua positiivisiin tai negatiivisiin asenteellisiin ilmauksiin tehdään sen perusteella, mikä on asenteellisen arvottamisen perusta, millainen on arvioitavana olevan asian luonne, mitä pelissä on sosiaalisesti ja onko asenne ilmaistu eksplisiittisesti (engl. *inscribed*) eli näkyvästi vai implisiittisesti (engl. *invoked, tokens*) eli epäsuorasti (White 2015: 2).

Asioiden arvottamiselle voi nimetä kolme muuttujaa: reaktio (engl. *reaction*), kompositio (engl. *composition*) ja sosiaalinen merkittävyys⁴ (engl. *valuation*). Reaktio kuvaa asioiden vaikutusta meihin: miten reagoimme asioihin, saavatko ne huomiomme ja miellyttävätkö ne meitä (Martin–

⁴ Suomennos Heli Katajamäen (2018).

White 2005: 56; Martin 2003: 160–161)? Reaktion ilmaisuja voi olettaa löytyvän myös pankkien blogeista, koska perinteisesti blogitekstit ovat ottaneet kantaa ajankohtaisiin asioihin ja ilmiöihin.

Kompositio ottaa kantaa käsitykseemme asioiden koostumuksesta ja monimutkaisuudesta sekä niiden tasapainoisuudesta ja suhteellisuudesta. Oletan komposition arvottamista rakentuvan pankkien blogikirjoituksiin suhteellisen paljon, sillä asiakaskeksen taloutta käsittelevät tekstit todennäköisesti kuvaavat ja arvottavat ilmiöitä niiden rakenteen ja tasapainon perusteella.

Sosiaalinen merkittävyys puolestaan tarkoittaa yksinkertaisesti asioiden arvon ilmaisemista esimerkiksi autenttisuuden, innovatiivisuuden tai ajankohtaisuuden perusteella, ja sen voi nähdä toimivan positiivinen–negatiivinen-akselilla. Sosiaalinen merkittävyys on asia-arvottamisen kolmesta muuttujasta erityisen riippuvainen tilannekontekstin alasta (field), sillä asioiden arvo riippuu hyvin paljon instituutionaalisesta fokuksistamme. (Martin–White 2005: 56–57; Martin 2003: 160–161.) Koska blogeissa tavallisesti ilmaistaan ja perustellaan arvostuksia tällaisten ominaisuuksien perusteella, myös sosiaalisen merkittävyyden ilmaisujen tarkasteleminen on tärkeässä osassa aineistoanalyysissäni. Olen kiinnostunut myös arvottamisen lähteistä: pohjaako arvottaminen tekijän kokemuksiin, yleisiin kulttuurisiin arvoihin vai talouden alan normituksiin?

Edellä esitellyn asia-arvottamisen kolmijaon voi nähdä myös suhteessa kielen metafunktioihin tai mentaaliin prosesseihin eli siihen, miten me tarkastelemme (engl. *gaze*) asioita. Reaktio liittyy affektiin, kompositio havaintokykyymme ja sosiaalinen merkittävyys kognitioon. Metafunktionaalista näkökulmasta reaktio suuntautuu intersubjektiseen merkitykseen, kompositio tekstuaaliseen järjestykseen ja sosiaalinen merkittävyys ideationaaliseen arvoon. (Martin–White 2005: 57.)

TAULUKKO 2. Asia-arvottamisen alatyypit ja niiden suhde mentaaliin prosesseihin ja kielen metafunktioihin (Martin–White 2005: 57).

asia-arvottaminen	mentaaliin prosessi	metafunktio
reaktio	affekti	intersubjektinen
kompositio	havaitseminen	tekstuaalinen
sosiaalinen merkittävyys	kognitio	ideationaalinen

Heli Katajamäki (2018) on väitöskirjassaan soveltanut Martinin ja Whiten kolmijakoa, jotta kategoriat sopivat paremmin kuvaamaan taloussanomalehtien pääkirjoitusten asia-arvottamista. Koska oman aineistoni aiheet ovat hyvin samanlaisia kuin taloussanomalehtien pääkirjoitusten,

sopisivat Katajamäen kategoriat osittain Martinin ja Whiten kategorioita paremmin myös oman aineistoni analysoimiseen. Olen kuitenkin kokenut selkeimmäksi ratkaisuksi pysyä asia-arvottamisen kategorioissa mahdollisimman yleisissä määritelmissä, koska tutkimuskysymyksieni kannalta arvottamisen kategorioita kiinnostavampi tarkasteltava on arvottamisen implisiittisyys ja eksplisiittisyys sekä subjektiivisuus. Katajamäen kategorisointi ja kategorioiden havainnollistus ovat olleet kuitenkin apuna analyysissäni, kun olen sijoittanut aineistoni kielenaineiksia Martinin ja Whiten yläkategorioihin. Tutkielmani fokuksen vuoksi en myöskään hyödynnä analyysissäni Martinin ja Whiten kolmen kategorian alakategorioita.

Arvottaminen ilmenee teksteissä tavallisesti lause- ja sanatasolla, ja asenteen analyysi keskittyykin evaluoivaan leksikkoon (Leinonen–Timlin 2004: 26–27; Heinonen 2016: 25). Tärkeimpiä arvottavia sanaluokkia ovat adjektiivit, adverbit, substantiivit ja verbit (Leinonen–Timlin 2004: 26). Adjektiivit eli SF-teorian kielenkuvauksen termein epiteetit ovat erityisen potentiaalisia arvottajia, sillä niiden funktio on antaa semanttista tietoa kuvailunsa kohteesta. Semanttinen tieto voi olla joko objektiivinen ominaisuus tai tekijän subjektiivinen asenne, mikä aiheuttaa sen, että sama sana voi joskus toimia objektiivisena ja joskus asenteellisena epiteettinä. (Katajamäki 2006: 102.) Suomen kielessä erotetaan adjektiiveista suhteelliset adjektiivit ja absoluuttiset adjektiivit. Absoluuttiset adjektiivit kuvaavat ominaisuuksia, joita kuvailun kohteella joko on tai ei ole. Esimerkiksi sanat *pohjoissavolainen* ja *ei-kielellinen* ovat absoluuttisia adjektiiveja. Suhteelliset adjektiivit ovat komparoituvia, ja ne voivat saada astemääritteitä. Niihin kuuluvat myös tutkielmani kannalta erityisen kiinnostavat subjektiivisesti arvottavat asenneadjektiivit, joihin kuuluvat esimerkiksi sanat *ihana* ja *kauhea*. Arvottavat asenneadjektiivit ovat vahvasti sidoksissa puhujan omiin käsityksiin ja mielipiteisiin. (VISK § 605, § 606.)

Asia-arvottaminen tapahtuu kielenkäytön kontekstissa positiivinen–negatiivinen-akselilla, ja se voidaan jakaa eksplisiittisiin ja implisiittisiin asenteellisiin arvioihin (White 2015: 3). Eksplisiittisyys–implisiittisyys on jatkumo, jonka toisessa päässä ovat adjektiivit, joiden ainoa merkityspiirre on negatiivisuus tai positiivisuus. Tällaisia sanoja ovat esimerkiksi *hyvä* ja *paha*. Kaikkein eksplisiittisimmät kielelliset ainekset ovat siis sanoja – yleensä adjektiiveja, mutta myös esimerkiksi modaalisia verbiketjuja–, jotka ovat leksikaaliselta merkitykseltään arvottavia ja joilla usein on myös jokin vakiintunut positiivien tai negatiivinen konnotaatio. (Katajamäki 2006: 101.)

Myös muut sanaluokat tuottavat arvottavia merkityksiä. Esimerkiksi Koskinen (2014: 138) tarkastelee artikkelissaan sanastopiirteitä ja toteaa substantiivien kuten *paradise* ja *love* välittävän ja herättävän emootioita ja olevan siten asenteellisia. Arvottavan sanaston tulkintaan liittyvät vahvasti nimeämisen ilmiö sekä keskeinen ja ei-keskeinen sanasto (engl. *core/non-core vocabulary*) (Martin–White 2005: 35; Appraisal and Journalistic Voice, sähköinen lähde: 23). Keskeisen sanaston

käyttöalue on hyvin laaja eikä spesifisti käytössä vain tietyllä alalla tai tietystä aiheesta. Ei-keskeinen sanasto on kiinnostava arvottamisen näkökulmasta, sillä sen käyttöala on kapeampi ja siihen voi liittyä erityinen muodollisuuden tai epämuodollisuuden, emotion tai arvottavuuden konnotaatio. Esimerkiksi *hevonen* kuuluu keskeiseen sanastoon, kun taas *koni* ja *ratsu* ovat ei-keskeistä sanastoa ja kantavat lisämerkityksiä. (Appraisal and Journalistic Voice, sähköinen lähde: 23.)

Myös sanaa pidemmät rakenteet ja kielenaineokset lisäävät tekstiin asenteellisuutta. Yhdet tärkeimmistä asennetta lisäävistä keinoista ovat prosodia eli tekstin laajempi värittyminen eksplisiittisesti arvottavan kielenaineoksen vaikutuksesta sekä saturoiva prosodia eli tekstin värittyminen samankaltaisten elementtien toistumisen vaikutuksesta (Koskinen 2014: 138). Arvottamista voivat ilmaista myös kielikuvat, metaforat ja esimerkiksi odotusten vastaisuuden ilmaiseminen sellaisilla ilmauksilla kuin *tästä huolimatta, itse asiassa* tai *ainoastaan* (Martin–White 2005: 66).

On tärkeä myös muistaa, että yksittäinen sana tai ilmaus voi saada eri merkityksiä eri kontekstissa. Suhtautumisen teoriassa yksi päähuomioista onkin, että yksittäisillä leksikaalisilla aineksilla ei yleensä ole täysin vakiintunutta asenteellista merkitystä, vaan asenteellisuus aktivoituu kielenainesten yhteisvaikutuksesta tietyssä kontekstissa (White 2015: 3). Kielellinen ympäristö luo virkkeelle tai sanalle esiintymiskontekstin, joka vaikuttaa sen tulkintaan. Ympäröivät eksplisiittiset arvottavat ainekset voivat antaa arvottavan merkityksen myös sellaisille kielellisille keinoille, joissa itsessään ei ole mitään eksplisiittisesti arvottavaa. Arvottavuuden tulkintaan vaikuttaa myös se, millaiseksi lukija näkee tekstin päämäärän ja intention. (Katajamäki 2006: 101, 104.)

Implisiittinen arvottaminen voidaan jakaa vihjaavaan (engl. *provoked tokens*) ja piiloiseen (engl. *evoked experiential tokens*) arvottamiseen⁵: myös pelkkä tekstin ideationaalinen sisältö voi ohjata tulkintaa (Martin–White 2005: 65–66; Katajamäki 2018: 50, 76). Kaikkein implisiittisimmässä arvottamisessa arvottamista ei tehdä ollenkaan kielenaineuksilla, vaan arvottaminen perustuu tekstinulkoiseen maailmaan. Lukija tulkinta voi tällöin olla joko linjassa tekijän tarkoittaman tulkinnan kanssa tai poiketa siitä. (Katajamäki 2006: 105.) Olen rajannut kaikkein implisiittisimmän arvottamisen tämän tutkielman ulkopuolelle, koska tutkielmani keskittyy nimenomaan siihen, kuinka paljon asiantuntija roolissaan arvottaa asioita avoimesti. Rajaamalla arvottamisen analyysin eksplisiittiseen ja vihjaavaan arvottamiseen tarkasteluni keskittyy luontaisesti enemmän lausetason arvottaviin keinoihin, ei koko tekstin laajuisiin arvotuksiin.

⁵ Suomennotokset Heli Katajamäen (2018).

3.5 Sitoutuminen

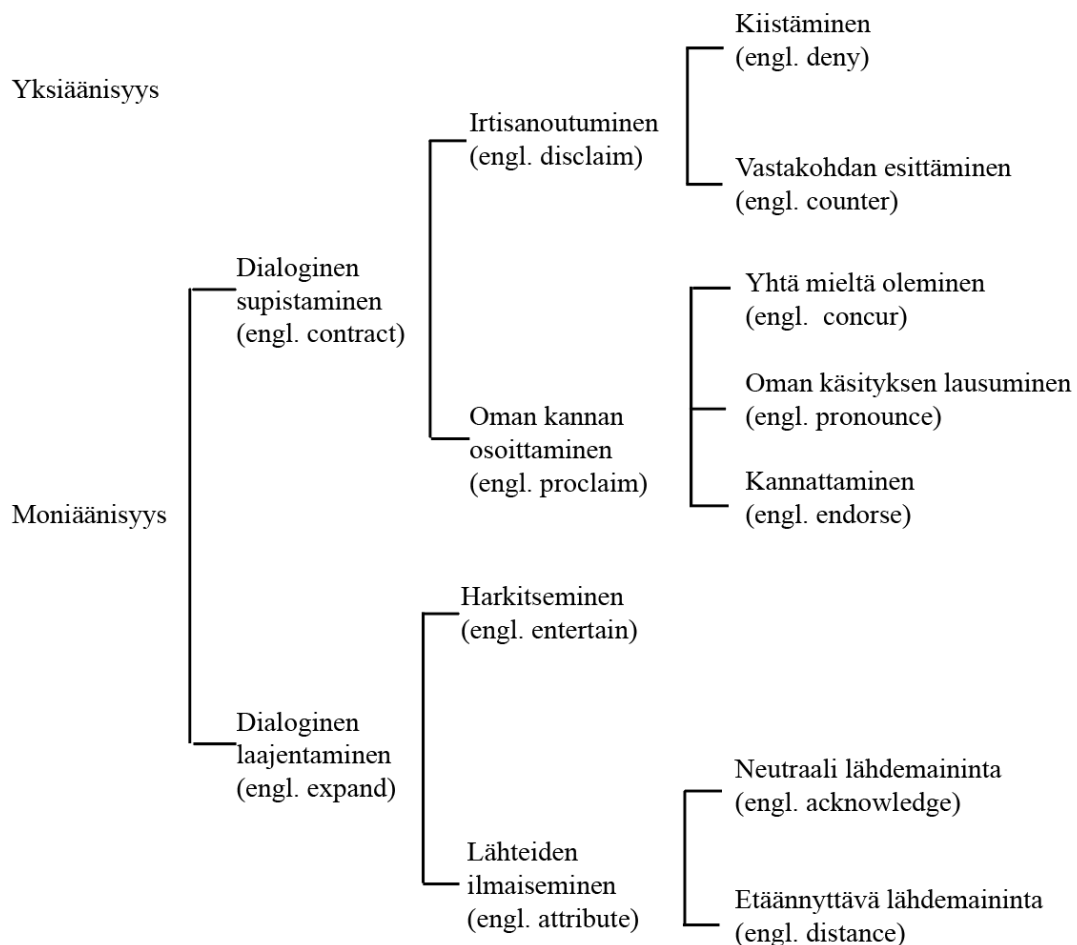
Suhtautumista ilmaistaessa arvottavan leksikon lisäksi oleellista on se, kuinka tekstin tekijä sitoutuu sanomaansa ja kulloiseenkin arviointiin eli ilmaiseeko tekijä väitteensä omikseen vai mainitsee ko hän niille jonkin ulkoisen lähteen (Katajamäki 2006: 106). Näitä suhtautumisen lähteitä eli tekstissä kuuluvia erilaisia ääniä käsitellään suhtautumisen teoriassa sitoutumisen alasyteemissä (Juvonen 2007: 432). Sitoutumisen systeemiin lukeutuvat ne merkitykset, jotka konstruoivat tekstin taustaa: aikaisempia lausumia (engl. *utterance*), vaihtoehtoisia näkökulmia sekä ennakoituja vastauksia ja reaktioita (Martin–White 2005: 97). Sitoutumisen merkitykset asettavat kirjoittajan suhteessa siihen, mitä on jo aiemmin sanottu samasta aiheesta, ja/tai siihen, mitä todennäköisesti sanotaan suhteessa nyt sanottuun väitteeseen (White 2015: 5).

Sitoutumista voi monessa suhteessa verrata evidentiaalisuuteen. Martinin ja Whiten määritelmä on kuitenkin tätä määritelmää laajempi. Heidän sosiaalinen näkökulmansa pohjaa Bahtinin ja Voloshinovin dialogismin ja heteroglossian käsitteisiin, joiden mukaan kaikki verbaalinen kommunikaatio – sekä puhuttu että kirjoitettu – on dialogista: kirjoitus paljastaa aina sen, miten jokin aiempi kirjoitus on vaikuttanut, ja toisaalta samaan aikaan ennakoi todellisten, potentiaalisten tai kuvitteellisten lukijoiden reaktioita tai vastauksia. (Martin–White 2005: 36, 92.) Tämän näkökulman yksi tärkeimmistä seurauksista on se, että kaikki ilmaisut nähdään jollain lailla asenteellisina, sillä jopa kaikkein niukimmat, kategoriset väitteet ovat asenteellisia, koska ne esittävät väitteen niin, ettei sillä olisi konflikteja tai jännitteitä minkään vaihtoehtoisen aseman kanssa (White 2015: 6).

Martin ja White jaottelevat sitoutumista ilmaisevia kielellisiä aineksia sen mukaan, ovatko ne yksiaänisiä eli monoglossisia vai moniäänisiä eli heteroglossisia. Monoglossisissa tekstissä ei ole nähtävissä viittauksia tekstin ulkopuolisiin ääniin. Myös monoglossisissa väitteissä on kuitenkin eroja: joissain tapauksissa tekstin rakenne on sellainen, että väite näyttyy itsestään selvyytenä, presuppositiiona, joskus taas monoglossinen väite esitetään avoimena keskustelulle. (Martin–White 2005: 99–100.) Tähän liittyy läheisesti subjektiivisuuden ja objektiivisuuden rakentaminen: esitetäänkö väite täysin totena kuvauksena todellisuudesta vai onko tekstiin kirjoitettu näkyviin epävarmuuden asteita tai tekijän rooli maailman tarkkailijana tai representoijana (Appraisal and Journalistic Discourse, sähköinen lähde: 5)?

Heteroglossisen sitoutumisen ilmaisut jaetaan vielä sen perusteella, avaavatko ne tilaa muille äänille vai rajaavatko ne sitä (Salokanto 2017: 17). Keinoja, joilla vaihtoehtoisia näkökulmia torjutaan, kutsutaan dialogiseksi supistamiseksi. Kirjoittaja ilmaisee niillä suurta henkilökohtaista panosta väitteeseen, ja vaikka kirjoittaja sitoutuu mahdollisiin vaihtoehtoisin asemin asettamalla ne

vastakkain omansa kanssa, hän kuitenkin myös tukahduttaa noita vaihtoehtoja. (White 2015: 6.) Dialoginen supistaminen voi näkyä joko väitteestä irtisanoutumisena (engl. *disclaim*) tai oman kannan lausumisena (engl. *proclaim*). Irtisanoutuminen jakautuu vielä kiistämiseen (engl. *deny*) ja vastakohtaan esittämiseen (engl. *counter*). Oman kannan osoittaminen taas jakautuu kolmeen alakategoriaan, yhtä mieltä olemiseen (engl. *concur*), oman käsityksen lausumiseen (engl. *pronounce*) ja kannattamiseen (engl. *endorse*). (Martin–White 2005: 117–129.)



KUVIO 3. Sitoutumisen alasytemi (Martin–White 2005: 134).

Dialogisen supistamisen vastakohta on dialoginen laajentaminen, jota kirjoittaja voi tehdä viittaamalla lähteeseen, esittämällä todistusaineistoa tai hyödyntämällä modaalisuutta. Dialogisella laajentamisella kirjoittaja tekee tilaa mahdollisille muille asemille perustamalla väitteensä yksilölliseen subjektuuteen (joko omaan tai viitattuun). (White 2015: 6.) Myös dialoginen laajentaminen jakautuu kahteen alakategoriaan, harkitsemiseen (engl. *entertain*) ja lähteiden ilmaisemiseen (engl. *attribution*). Harkitsemisella kirjoittaja ilmaisee, että useampi tulkinta aiheesta

on mahdollinen ja hänen tulkintansa on vain yksi monen mahdollisuuden joukossa. Lähteiden ilmaiseminen sisältää kaksi kategoriaa: neutraalin lähdemaininnan (engl. *acknowledge*) ja etäännyttävän lähdemaininnan (engl. *distance*). (Martin–White 2005: 104–108, 112–114; Mikkonen 2010: 68–69.) Lähteiden ilmaisemisen analyysissä on tärkeää ottaa huomioon tekstikonteksti, sillä vaikka lähdemaininta itsessään voisi vaikuttaa neutraalilta, sitä ympäröivät kielelliset ainekset saattavat heijastaa siihen arvottamista.

Sitoutuminen käsittelee keinoja, joilla resurssit kuten projektio, modaalisuus, polaarisuus, myönnitys ja kommenttiadverbiaalit asemoivat kirjoittajan suhteessa esitettyyn arvoasemaan ja suhteessa mahdollisiin tämän arvoaseman vastaanottajiin. Kirjoittaja voi esimerkiksi lainata ja raportoida, tunnustaa mahdollisuutta, kieltää, kiistää, vahvistaa ja niin edelleen. (Martin & White 2005: 36.) Leksikkokieliopillisesti nämä keinot ilmenevät muun muassa modaalisuuden ja referoinnin rakenteina, esimerkiksi modaalisina lausetyypeinä, direktiiveinä eli ohjailevina lausumina sekä johtolauseiden verbien sävyinä (Juvonen 2007: 432; VISK § 1645; Juvonen 2011: 223–224).

Tärkeä käsite sitoutumisen analyysissä on oletettu lukija (engl. *putative reader*). Kun kirjoittaja ilmoittaa omat asenteelliset positionsa, hän ei ainoastaan ilmaise omaa mielipidettään vaan samalla kutsuu toisia kannattamaan ja jakamaan niitä tunteita, mieltymyksiä tai normatiivisia arviointeja, joita hän tekstissä tuo ilmi. Kirjoittaja neuvottelee suhdettaan sosiaalisesti muodostuneihin yhteisöihin ja asemoi itsensä suhteessa oletettuihin lukijoihin. Sitoutumisen ilmauksia tarkastelemalla voidaan tulkita, olettaako kirjoittaja oletetun lukijan olevan kriittinen vai myötämielinen ja mitä kirjoittaja olettaa lukijan tietävän tekstin aiheesta etukäteen. Se myös paljastaa, ottaako kirjoittaja itsestäänselvyytenä sen, että lukija jakaa hänen kanssaan samat näkökulmat ja arvot. (Martin–White 2005: 95–96.) Omassa aineistossani tulkitsen erityisesti sitä, mitä asioita kirjoittaja olettaa lukijan tietävän sijoittamisesta ja taloudesta etukäteen ja rakennetaanko oletetulle lukijalle opetettavan vai tasavertaisen ”keskustelijan” roolia.

Erilaiset sitoutumista merkitsevät kielelliset ainekset tarjoavat kirjoittajan äänelle mahdollisuuksia asemoida itsensä suhteessa muihin ääniin ja mahdollisiin näkökulmiin, joita aina on läsnä viestinnällisissä tapahtumissa (White 2015: 5). Aineistoni analyysin kannalta moniäänisen sitoutumisen ilmaukset ovat erityisen kiinnostavia tarkasteltavia, sillä se, ovatko väitteet dialogista tilaa antavana vai mahdollisia muita näkökulmia tukahduttavia tai rajaavia, rakentavat kuvaa myös asiantuntijuudesta. Asiantuntijan äänensävyn tulkinnassa on oleellista tarkastella, rakentuuko alan ammattilaisen rooli tekstiin totuuksien kertojana ja tosiasioiden lausujana vai keskustelevana useiden eri äänien esittelijänä ja arvioijana.

4 Pankin asiantuntijablogin asenne ja moniäänisyys

Tässä luvussa esittelen aineistoni ja kuvaan sen analyysiä. Luvussa 4.1 tarkastelen aineistoani sekä sen kontekstia ja puitteita yleisemmin suhteessa muun muassa blogin tekstilajin ominaispiirteisiin. Luvussa 4.2 tarkastelen blogikirjoitusten arvottamista ja arvottamisen subjektiivisuutta analysoimalla tekstien asenteellista sanastoa eli pyrin vastaamaan tutkimuskysymykseen 1. Luku 4.3 keskittyy vastaamaan tutkimuskysymyksiin 2 ja 3: analysoin sitoutumisen osasysteemin avulla tekstien yksi- ja moniäänisyyttä sekä kirjoittajalle ja lukijalle rakentuvia rooleja. Luvussa 4.4 vastaan tutkimuskysymykseen 4: Tarkastelen ja luokittelen ääniä, joita arvottamisen ja sitoutumisen merkitykset muodostavat teksteihin. Vertailen myös, onko eri tekstien ja pankkien välillä eroa siinä, millainen asiantuntijan äänensävy blogiteksteihin rakentuu.

4.1 Aineiston tekstit ja niiden monet kontekstit

Diskurssiyhteisö määritellään suureksi ihmissuhdeverkoksi, jossa suurin osa tuntee toisensa pelkästään tekstivälitteisesti ja jolla on yhteinen retorinen päämäärä (Katajamäki 2018: 159). Pankki on instituutio, jonka kanssa poikkeuksellisen moni ihminen on elämänsä aikana tekemisissä. Siten myös pankin viestinnän voi olettaa tavoittavan harvinaisen paljon eritaustaisia ihmisiä, joilla on erilaisia tarpeita, toiveita ja arvoja. Myös pankin blogin voi olettaa olevan suunnattu hyvin heterogeeniselle joukolle ihmisiä. Kirjoittajien ja lukijoiden muodostama diskurssiyhteisö on siten hyvin laaja, vaikka blogien aiheet rajaavatkin varmasti lukijoita kiinnostuksen kohteiden perusteella. Rajaukseltaan epätarkka yleisö on toisaalta pankille haaste, jos samalla tekstillä halutaan vaikuttaa ihmisiin, joilla on keskenään erilainen tietopohja ja arvomaailma. Toisaalta se on myös mahdollisuus tavoittaa uusia yleisöjä.

Koska blogin tekstilaji ei rajoita teksteissä tuotettavia merkityksiä, diskurssiyhteisön asettamat rajoitteet saavat suuremman painoarvon. Toisaalta kun diskurssiyhteisön rajat ovat väljät, ei sekään rajoita pankkien asiantuntijoiden blogikirjoituksissaan tuottamia merkityksiä. Kirjoittamista ja tulkittamista ohjaaviksi raamiksi jäävät konteksti, retorinen päämäärä sekä kirjoittajan oma sosiaalinen rooli.

Pankkien blogien yhteiskunnalliset ja taloudelliset käytännöt kattavat suomalaisen kulttuurin ja kielen sekä länsimaisen arvopohjan ja talouspolitiikan. Blogikirjoitusten merkitysten voi nähdä pohjautuvan sellaisiin diskurssiyhteisössä jaettuihin arvoihin, kuten taloudellisen vaurauden ja riippumattomuuden tavoittelu, individualismi ja toisaalta suomalainen vaatimattomuus (ks.

Katajamäki 2018: 49). Tekstin ulkopuolinen konteksti kattaa toisaalta maailman- ja kansantalouden ja toisaalta yksityishenkilöiden talouden. Tässä tutkielmassa tarkastelemani blogikirjoitukset on suunnattu yksityishenkilöille.

Yhteiskunnallisen ja kulttuurisen kontekstin lisäksi myös institutionaaliset käytännöt ohjaavat blogikirjoitusten kirjoittamista ja tulkintaa. Yrityskontekstissa toimintaa ohjaavat aina kaupallisuus ja voiton tavoittelu ja pankkien tapauksessa yhteiskunnalliset tehtävät sekä pitkä historia yhteiskunnan keskeisenä instituutiona. Pankki on organisaatio, jota on perinteisesti pidetty byrokraattisena ja kankeana. Näitä piirteitä voi osittain pitää blogin tekstilajille vastakkaisina.

Yrityksen arvojen voi nähdä toimivan asiantuntijan arvottamisen pohjana samalla tavoin kuin lehden linja ohjaa pääkirjoitusten kirjoittamista ja konventioita (ks. Katajamäki 2018: 60). OP ilmoittaa arvoikseen vuoden 2017 strategiassaan ”ihmisläheisyyden, vastuullisuuden ja yhdessä menestymisen” (OP:n strategia 2017, sähköinen lähde). Danske Bankin arvot puolestaan ovat ”Jaamme asiantuntemuksemme, Toimimme suoraselkäisesti, Tuotamme hyötyä, Olemme ketteriä ja Uskomme yhteispeliin” (Danske Bankin ydin -sivu, sähköinen lähde). Nordean englanniksi ilmaistut arvot ovat ”Collaboration, Ownership, Passion and Courage” (Nordean Tietoa meistä -sivu, sähköinen lähde). Koska asiantuntijat kirjoittavat aina pankin eli työnantajansa nimissä, voisi olettaa, että teksteihin rakentuva asiantuntijan ääni on linjassa pankin virallisten arvojen kanssa.

Myös tilanteiset käytännöt vaikuttavat tekstin tuottamiseen ja tulkintaan. Tilannekontekstin muuttujia ovat esimerkiksi talouden ja sijoittamisen aiheet – suomalainen keskusteluympäristö ja vallalla olevat poliittiset aiheet. Blogikirjoitusten ilmestymisen aikaan Suomessa puhututtiivat muun muassa sellaiset teemat kuin naisen asema, sijoittamisen merkitys suomalaisille sekä yritysten ja sijoittamisen vastuullisuus etenkin ilmaston näkökulmasta. Blogitekstien ala on kaikissa sama: sosiaalisena tapahtumana pankkien blogikirjoitus ei muutu tekstistä toiseen ja talous ja sijoittaminen pysyvät kirjoitusten puheenaiheina, vaikka teksteissä näkyikin eri painotuksia ja näkökulmia. Kaikissa teksteissä näkökulmana on yksityishenkilön sijoittaminen.

Valitsin tarkasteluun OP:n, Danske Bankin ja Nordean blogien kirjoitukset, jotka käsittelevät sijoittamista. Tämän kattoteeman alla aiheita on moninaisesti. Blogin genrelle tyypillinen ajankohtaisuus ja henkilökohtaisuus näkyy oman aineiston aiheissa ainakin suurimmassa osassa blogitekstejä. Taulukossa 3 on esitetty aineiston blogien aiheet ja otsikot pankeittain. Toistuvia yleisaiheita ovat muun muassa jonkin tutkimuksen purku ja kytkeminen sijoittamiseen, ajankohtaisen ilmiön tai havainnon mahdollisuuksien pohdinta sekä näkökulman tarjoaminen sijoittamisen tärkeyteen. Aiheiden moninaisuuteen vaikuttaa myös se, että kirjoittavat asiantuntijat työskentelevät pankkien eri osastoissa ja yksiköissä.

TAULUKKO 3. Aineiston blogikirjoitusten otsikot ja aiheet pankeittain.

Teksti	Otsikko	Aihe
DBa	Pidätkö tänään tekemiäsi päätöksiä viisaina, kun olet kahdeksankymppinen?	Näkökulma sijoittamisen tärkeyteen
DBb	Thaler ja tekemättä jättämisen hinta	Tutkimuksen purku ja kytkeminen sijoittamiseen
DBc	Sijoittamisen ympärillä liikkuu paljon myyttejä – oletko sinä valmis vaurastumaan?	Näkökulma sijoittamisen tärkeyteen
DBd	Et tarvitse lottovoittoa vaurastumiseen	Näkökulma sijoittamisen tärkeyteen
DBe	Nainen, sisälläsi asuu pieni Warren Buffett	Näkökulma sijoittamisen tärkeyteen
DBf	Puolisoni teki minusta ensiasunnon ostajan – mikä tekee sinusta?	Asuntosijoittamiseen houkuttelu
DBg	Pitkäaikaisen säästämisen tulee olla kannattavaa ilman ikärajoitteita tai veroloukkuja	Tutkimuksesta uutisointi ja tutkimuksen purku
DBh	Äidin ei pidä joutua murehtimaan lapsen aiheuttamaa palkkalovea	Näkökulma sijoittamisen tärkeyteen
DBi	Vauraus asuu korvien välissä	Koulutus sijoituksena
DBj	Taloudellisen mielenrauhan metsästäjät	Tutkimuksen purku ja kytkeminen sijoittamiseen
NOa	Yli puolet aktiivisista varainhoitajista voitti vertailuindeksin	Tutkimuksesta uutisointi ja tutkimuksen purku
NOb	Voisiko velkapommi ratkaista Suomen velkaantumisongelman?	Ajankohtaisen ilmiön tai havainnon mahdollisuuksien pohdinta
NOc	Aika on rahaa – lapsillemmekin	Näkökulma sijoittamisen tärkeyteen
NOD	Korjaus, romahdus vai uusi finanssikriisi?	Ajankohtaisen ilmiön tai havainnon mahdollisuuksien pohdinta
NOe	Vuosittain jopa 60 000 kotitaloutta ottaa lyhennysvapaan	Ajankohtaisen ilmiön tai havainnon mahdollisuuksien pohdinta
NOf	Lapselle säästäminen on tärkeä osa talouskasvatusta	Näkökulma sijoittamisen tärkeyteen
NOg	Valtaa ja vastuuta asiakkaiden varoilla	Pankin toiminnan ja vastuun esittely
NOh	Anna nuorelle vastuullinen lahja ja parempi taloudellinen tulevaisuus	Näkökulma sijoittamisen tärkeyteen
NOi	EKP:n ostojen loppuminen haaste myös Suomelle	Ajankohtaisen ilmiön tai havainnon mahdollisuuksien pohdinta
NOj	Vihreät joukkolainat näyttävät suuntaa rahoituksen kehitykselle	Ajankohtaisen ilmiön tai havainnon mahdollisuuksien pohdinta
OPa	Omistajavaikuttaminen on oleellinen osa vastuullista sijoittamista – tässä parhaat palat teemavaikuttamisesta	Pankin toiminnan ja vastuun esittely
OPb	High yield -lainamarkkinan käsikirjoitus: osa 2	Ennustus markkinoista
OPc	Karkkikaupassa Moskovassa	Markkinoiden esittely
OPd	Pienyhtiöissä riittää osakepoimijalle pengottavaa	Markkinoiden esittely
OPe	Ekakertalaisena yhtiökokouksessa, miten meni?	Osakkeenomistajan vastuun esittely
OPf	Keskuspankkijuna etenee tukevasti raiteillaan	Ajankohtaisen ilmiön tai havainnon mahdollisuuksien pohdinta
OPg	Viiden vai kolmen tähden rahasto? Mitä Morningstar-tähdet kertovat rahaston menestyksestä?	Näkökulma sijoittamisen tärkeyteen
OPh	Miksi hyvä hallinnointitapa on tärkeää ja miten edistämme sitä sijoituskohteissamme?	Pankin toiminnan ja vastuun esittely
OPi	Kehittyvät markkinat eivät ole yhtenäinen sijoitusalue	Tutkimuksen purku ja kytkeminen sijoittamiseen
OPj	Millä tolalla ovat suomalaisten sijoituslukutaidot?	Tutkimuksen purku ja kytkeminen sijoittamiseen

Tekstit voidaan luokitella Katajamäen (2006: 99) mukaan joko asia- tai ihmiskeskeisiksi. Ihmiskeskeiset tekstit käsittelevät ihmisten toimintaa, ja niissä kuvataan tekijän omia tekemisiä ja tunteita. Asiakeskeiset tekstit taas arvioivat asioita ja tapahtumia. (Mp.) Pankkien sijoittamista käsittelevät blogikirjoitukset sijoittuvat vahvasti asiakeskeisiin teksteihin, vaikka asiat ja niiden merkitykset sekä vaikutukset liitetään myös ihmiseen. Vaikka blogi ei tekstilajina määrittele, onko teksteissä ilmentyvä arvottaminen asia- vai ihmiskeskeistä, pankkien blogien konventioon kuuluu, että teksteissä arvotetaan pääasiassa vain asioita, ei ihmisiä. Asiakeskeisyyttä voi pitää piirteenä, joka luo teksteihin säännönmukaisuutta.

Tekstien puitteet eli konkreettisen tilannekontekstin muuttujat sisältävät verkkotekstissä esimerkiksi multimodaalisuuden keinot. Blogeille ja etenkin institutionaalisille blogeille tyypillisesti aineistoni blogit ovat hyvin tekstipainotteisia. Vaikka jokaisessa blogijulkaisussa on jonkinlainen kuva, kuvien merkitys on lähinnä toimia kuvituskuvina. Ne eivät tuo asiaan uutta tietoa tai näkökulmaa eivätkä vaikuta tekstin tulkintaan. Kirjoittajan henkilökuvia käytetään noin puolessa kirjoituksista. Henkilökuvan käytön voi olettaa lisäävän tekstiin aitouden, läpinäkyvyyden ja henkilökohtaisuuden tuntua.

Nordean blogitekstissä lähes jokaisessa on kuvaaja, joka tukee tai täydentää tekstiä. Danske Bankilla kuvaaja on vain yhdessä tekstissä, OP:lla kahdessa. Kuvaajien käyttö toimii henkilökuvaan verrattuna päinvastoin: ne lisäävät tekstiin autoritäärisyyttä ja asiapitoisuutta.

Kaikkien blogikirjoitusten kielenä on suomi. Nordea käyttää joidenkin kuvaajien kuvateksteissä englantia, mikä saattaa vieroksuttaa osaa lukijoista. Samalla kielivalinta rakentaa oletettua lukijaa: lukijan oletetaan osaavan vierasta kieltä. Suomen kielen kielivirheiden määrässä on teksteittäin suurta vaihtelua. Kielivirheet todennäköisesti heikentävät asiantuntijoiden uskottavuutta niiden lukijoiden silmissä, jotka hallitsevat normatiivisen kieliopin.

Myös kielen tyyliässä ja typografisissa tyyllittelykeinoissa on jonkin verran vaihtelua tekstien välillä, mutta pääasiassa blogikirjoitusten kieli on asiakieltä, jossa ei käytetä puhekielisiä ilmauksia, lyhenteitä, ammattitermejä tai tehostekeitä, kuten kolmea pistettä. Jos leikkisämpää kieltä tai tyylikeinoja käytetään, ne yleensä kasautuvat samoihin teksteihin.

Blogialustat eivät houkuttele tai kannusta lukijoita kommentointiin, ja kommentteja olikin vain yhdessä kaikista aineiston blogikirjoituksista. Kommentointi ja suora vuorovaikutus lukijoiden kanssa on yksi blogin tekstilajin peruspiirteistä, jonka puuttuminen saa pohtimaan, mitä blogilla tavoitellaan. Toisaalta, kuten Koskinen (2014: 142) artikkelissaan toteaa, blogissa on kyse itseilmaisusta ja identiteetin rakentamisesta sekä kirjoittajan ja lukijan välisestä jatkuvasta

affektiivisestä suhdetyöstä. Teksti voi olla vuorovaikutuksellinen, vaikka se ei kannustaisikaan lukijoita suoraan dialogiin kirjoittajan kanssa. Dialogisuus rakentuu teksteihin kielellisin keinoin.

4.2 Asiantuntijan asennoituminen pankkien blogeissa

Tässä alaluvussa analysoin aineistoon rakentuvia arvottamisen ja asenteen merkityksiä. Pyrin vastaamaan tutkimuskysymykseen 1 eli selvittämään, kuinka paljon, kuinka subjektiivista ja kuinka eksplisiittistä asia-arvottamista blogiteksteissä esiintyy. Tekijän ääneen vaikuttaa vahvasti subjektiivisuuden aste, joka ilmenee teksteissä toisaalta asia-arvottamisena ja etenkin sen eksplisiittisyytenä ja implisiittisyytenä mutta toisaalta myös modaalisuuden ja referoinnin ilmiöinä eli siinä, miten tekijä sitoutuu arvottamiseen. Subjektiivisuus sijoittuu suhtautumisen systeemissä siten osittain asenteen ja osittain sitoutumisen alasysteemeihin, joten käsittelen aihetta sekä tässä luvussa että luvussa 4.3.

Olen noudattanut analyysissäni Martinin ja Whiten (2005) mallia ja listannut teksteistä löytyneet arvottavat kielenaineokset taulukkoon. Olen merkinnyt jokaisesta arvottavasta kielenaineoksesta arvottajan, asia-arvottamisen kategorian (reaktio, kompositio ja sosiaalinen merkittävyys), arvottamisen eksplisiittisyyden (eksplisiittinen vai vihjaava), arvottamisen sävyn (positiivinen vai negatiivinen) ja arvottamisen kohteen sekä lisäksi kyseessä olevan blogijulkaisun tunnuksen ja aiheen. Olen tulkinnut arvottavan kielenaineoksen kohteeksi lähimmän mahdollisen tarkoitteen, vaikka joissain tapauksissa arvottava kielenaines saattaa sävyttää myös useampaa tai laajempaa kohdetta.

Havainnollistan analyysiäni ja pankkien blogikirjoituksille tyypillisiä arvottavia kielenaineoksia esimerkkien avulla. Olen **lihavoanut** esimerkeistä tarkastelun kohteena olevat arvottavat kielenaineokset ja alleiviivannut arvottamisen kohteet. Käytän esimerkeissä kategorioiden ja sävyjen merkitsemiseen Martinin ja Whiten (2005) lyhenteitä: reaktio = reac, kompositio = comp, sosiaalinen merkittävyys = val, vihjaava arvottaminen = t, positiivinen = + ja negatiivinen = -.

Luvussa 4.2.1 käyn yleisesti läpi tekstistä tulkitsemieni arvottavien merkitysten määrää, lähteitä ja kohteita, sävyjä sekä kategorioita. Luvussa 4.2.2 avaan tarkemmin analyysitapaani esittelemällä aineistoni eksplisiittisiä arvottamisen merkityksiä. Luvussa 4.2.3 kuvaan analyysiäni vihjaavan arvottamisen osalta.

4.2.1 Arvottamisen kohteet ja keinot pankkien blogeissa

Analysoin aineistosta yhteensä 798 arvottavaa ilmaisua: OP:n kirjoituksista 259, Danske Bankin kirjoituksista 296 ja Nordean kirjoituksista 243. Koska blogit erosivat toisistaan pituudeltaan, luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia. Ne osoittavat kuitenkin, että aineiston pankkien blogikirjoituksissa asia-arvottamista rakentavia merkityksiä on suhteellisen saman verran.

Arvottavat kielenaineokset esiintyvät blogikirjoituksissa usein kimpuissa, kasautuen: arvottamista sisältävien kappaleiden välissä saattaa olla useita kappaleita, joissa arvottamista ei ole ollenkaan. Nämä arvottamisen kannalta neutraalimmat, objektiivisemmat ja faktapohjaisemmat kappaleet toimivat usein asenteellisten kappaleiden tukena. Niissä usein kuvaillaan tutkimuksen tai väitteen taustoja tai periaatteita tai kerrotaan narratiivisesti jostain tapatumasta. Arvottaminen jakautuu kirjoituksissa yleisimmin siten, että otsikossa ja ingressissä arvotetaan eksplisiittisesti, tekstin keskivaiheilla arvottamista on vaihtelevammin ja tekstin lopussa taas esitetään tai toistetaan eksplisiittinen arvottaminen, jonka jatkumona mahdollisesti ilmaistaan vielä asenteellinen kehoitus esimerkiksi imperatiivimuodossa.

Arvottamisen lähteenä, arvottajana, on OP:n, Nordean ja Danske Bankin blogikirjoituksissa harvoin joku muu kuin kirjoittaja itse. Lähteitä käytetään suurimmassa osassa kirjoituksista (25/39), mutta ne toimivat enemmän arvottamisen pohjana tai perusteluna – arvottava ääni on kirjoittajan. Joissain teksteissä (esim. OPh, OPj ja DBa) ei ole pääteltävissä varmaksi, onko arvottamisen lähde kirjoittaja vai yleinen mielipide tai lähde, johon tekstissä viitataan.

Arvottamisen kohteet vaihtelevat pääasiassa kirjoituksen aiheen mukaan. Esimerkiksi koulutusta käsittelevässä kirjoituksessa arvotetaan paljon nimenomaan koulutusta, hyvää hallinnointitapaa käsittelevässä kirjoituksessa hyvän hallinnointitavan merkitystä ja sijoittamisen aloittamista käsittelevässä kirjoituksessa taas sijoittamisen hyviä puolia. Arvottamisen kohde ja kirjoittajan kanta tulevat teksteissä usein esiin jo otsikossa tai ingressissä, mikä ohjaa kirjoitusten leipätekstinkin tulkintaa otsikon ja ingressin sävyttämään suuntaan.

En tässä tutkielmassa keskity lainkaan inhimillisen toiminnan arvottamisen tarkasteluun. Raja inhimillisen toiminnan arvottamisen ja asia-arvottamisen välillä on kuitenkin häilyvä: aina ei ole yksiselitteisesti tulkittavissa, arvotetaanko inhimillistä toimintaa vai esimerkiksi ilmiötä. Koska blogiteksteissä sijoittamista ja siihen liittyviä toimintatapoja käsitellään pääasiassa mahdollisina käyttäytymismalleina ja päätöksinä eikä yksittäisen ihmisen tai instituution toimintaa arvoteta, käsittelen esimerkiksi sijoittamisen eettisyyden arvottamista asia-arvottamisena, en inhimillisen toiminnan arvottamisena. Kuten Katajamäkikin (2018: 207) toteaa, jos asia-arvottaminen liittyy ihmisen toimintaan, sen voi nähdä pohjaavan suoritukseen eli käyttäytymisen tuottamaan

lopputulokseen. Pankkien blogit ovat asiakaskeisisiä tekstejä, ja myös ihmisten toimintaa lähestytään niissä hyvin asiakaskeisesti.

Esimerkki 1 on yksi esimerkki arvottavasta ilmaisusta, jossa inhimillistä toimintaa, vauvan tuloa maailmaan, arvotetaan asia-arvottamisena: kyseessä on vauvan tulo maailmana ilmiönä, ei kenenkään tietyn lapsen syntymä. Myöskään esimerkissä 2 kirjoittaja ei arvota yksittäisen ihmisen tai ryhmän kasvatuskäytäntöjä vaan kertoo oman mielipiteensä ja suosituksensa lapsen talouskasvatuksen periaatteista yleisellä tasolla.

- 1) Odotetun vauvan saapuminen maailmaan on elämää mullistavaa (+val). (DBh.)
- 2) Kouluiässä on **hyvä** (+val) keskustella laajemmin talouden hoidosta ja sijoittamisen perusteista: lainan korosta, yrityksen voitoista ja hajautuksen hyödyistä. (NOF.)

Jos kontekstista on selvästi tunnistettavissa ihminen tai ihmisryhmä arvottamisen kohteeksi, tulkitsen ilmaisun inhimillisen toiminnan arvottamiseksi. Tällöin olen jättänyt sen tarkemman analyysini ulkopuolelle. Analyysissä kuitenkin selvisi, että inhimillisen toiminnan arvottamista löytyy pankkien blogeista olettamaani enemmän. Niissä kirjoituksissa ja tekstikappaleissa, joissa inhimillisen toiminnan analyysiä on, sitä esiintyy usein kasautuvasti: yleensä sitä on enemmän kuin yhden ilmaisun verran. Näin on esimerkiksi OP:n kirjoituksessa ”Ekakertalaisena yhtiökokouksessa, miten meni?”:

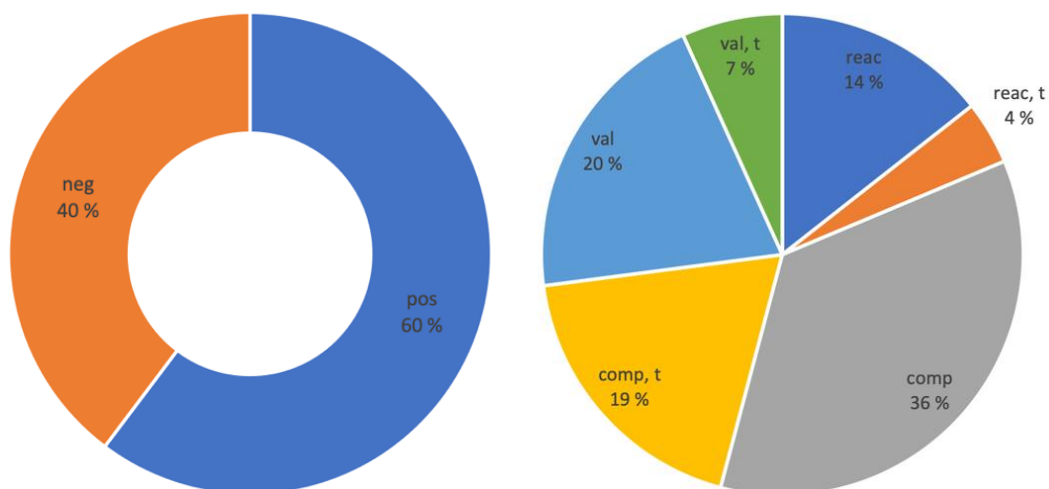
- 3) Oli vähän rokkikonsertin fiilis saapua yhtiökokousta varten Messukeskukseen ja täytyy tunnustaa, että pikkuisen jännitti: onko siellä vaan **fiiksusti puhuvia pukumiehiä** ja osaanko käyttäytyä oikein? (OPe.)
- 4) Tilaisuus myös eteni ennakkoon nähdyn ja ovella saadun esityksen mukaan, eli oli **helppo seurata** sitä, missä kohdassa mennään. (OPe.)
- 5) **Hienoa** on se, että yhtiön tavoitteena oli saada hallitukseen 40% naisia ja tämä tavoite saavutettiin nyt etuajassa. (OPe.)

Esimerkissä 3 sanat *fiiksusti* ja *oikein* arvottavat tietyn tapahtuman osallistujajoukkoa ja kirjoittajan itsensä käyttäytymistä, joten tulkitsen sen inhimillisen toiminnan arvottamiseksi. Esimerkin 4 adjektiivin *helppo* voisi tulkita arvottavan myös tilaisuuden seuraamista asiana. Tulkitsen sen kuitenkin inhimillisen toiminnan arvottamiseksi, koska kontekstista selviää arvottamisen pohjautuvan kirjoittajan omaan kokemukseen siitä, oliko hänen (ja muiden osallistujien) helppo vai vaikea seurata kokouksen etenemistä juuri puheen aiheena olevassa tapahtumassa. Tekstistä on tulkittavissa, että kirjoittaja puhui nimenomaan heidän kokemuksestaan, ei yleisesti kokousten seuraamisesta. Esimerkissä 5 adjektiivi *hienoa* arvottaa sekä yhtiön tavoitetta että tavoitteen saavuttamista, mutta tulkitsen sen ennen kaikkea saavutuksen arvotukseksi. Koska tekstistä selviää kyseessä olevan

Nokian yhtiökokous, kirjoittaja arvottaa siis Nokian hallituksen eli rajatun ja tiedossa olevan ihmisjoukon toimintaa.

Asia-arvottamisen sävy on blogikirjoituksissa enemmän positiivinen kuin negatiivinen. Negatiivistakin arvottamista on kuitenkin yllättävän paljon: 40 prosenttia kaikista aineiston arvottavista aineksista. Suhde on hieman yllättävä, sillä oletin pankkien blogeissa esiteltävän lähinnä sijoittamisen ja talouden hyviä puolia. Osaltaan negatiivisten arvottavien aineiden määrää selittää vuoden 2018 kesälle ajoittunut pörssikurssien lasku: useammassa blogikirjoituksessa käsitellään markkinoiden muuttunutta tilannetta. Kaikkien blogikirjoitusten sävy on kuitenkin kokonaisuudessaan enemmän kannustava ja sijoittamiseen rohkaiseva kuin kiistävä tai uhkakuvia maalaileva, mikä sopii yhteen blogitekstien retorisen päämäärän – sijoituspalvelujen ja -tuotteiden myymisen ja pankin brändin rakennuksen – kanssa. Arvottamisen sävyssä ei ollut mainittavaa eroa pankkien välillä.

Positiivisiin arvottaviin kielenaineisiin olen lukenut mukaan myös ne rakenteet, joissa kiistetään negatiivisen konnotaation sisältämä ilmaus, esimerkiksi *ei enää huolestuta* (OPc), *ei ole huono asia* (NOa) ja *mitään syytä suurempaan paniikkiin ei ole* (NOD). Samalla periaatteella olen tulkinut negatiivisiksi arvotuksiksi ilmaiset, joissa kiistetään positiivisen merkityksen sisältämä ilmaus, esimerkiksi *tehokkuus ei ole korkeimmillaan* (OPd), *ei ole mielekästä* (OPD), *ei kovin helppoa* (OPf), *ei ole rakettitiedettä* (DBc) ja *ei pidä olla samasta puusta vesitettyjä* (DBc). Kiistämistä sisältäviä arvottavia ilmauksia ei esiintynyt aineistossa paljoa, eli arvottaminen on tässä mielessä blogeissa tunnusmerkityksetöntä ja suoraa. Arvottamisen yksiselitteisyys ja helposti tulkittavuus palvelee kaikkia lukijoita mutta erityisesti heitä, joille talouden periaatteet ja kieli ovat vieraampia.



KUVIO 4. Arvottamisen sävy ja arvottamisen kategoriat yhteensä OP:n, Nordean ja Danske Bankin blogikirjoituksissa.

Suurin osa (70 prosenttia) arvottamisesta on pankkien blogikirjoituksissa eksplisiittistä, kun tarkastellaan aineiston kaikkia asia-arvottavia kielenaineiksia yhteensä (esittelen pankkikohtaisia eroavaisuuksia tarkemmin luvussa 4.4). Tekstin sävy on sitä subjektiivisempi, mitä enemmän siinä käytetään arvottamisen merkityksiä: eksplisiittiset arvottavat ilmaisut ovat ilmaisuja, jotka ilmaisevat ennen kaikkea subjektiivisuutta (Katajamäki 2018: 20 < Iedema–Feez–White 1994). Näin ollen aineistoni pankkien blogien voi tulkita rakentavan arvottamisella suhteellisen subjektiivista asiantuntijan ääntä. Arvottavien merkitysten eksplisiittisyydessä ei ollut suuria eroja pankkien välillä.

Aineiston kaikista arvottavista merkityksistä suurin osa, noin puolet, sijoittui komposition arvottamisen kategoriaan. Esimerkin 6 kaltaista havainnoivaa asia-arvottamista oli aineistossani suhteellisen vähän. Sen sijaan asioiden kompleksisuutta (esimerkki 7) ja tasapainoa arvotettiin paljon. Tasapainon tai Katajamäen luokittelulla hallittavuuden (engl. *manageability*) arvottamista havainnollistavat esimerkin 8 adverbi *järkevästi* ja adjektiivi *kohtuuton*. Esimerkissä 9 kompleksisuutta ja hallittavuutta arvotetaan implisiittisesti vihjaavana asia-arvottamisena kielikuvan *oma taiteenlajinsa* avulla.

6) Lapsen saanti tekee **ison** (–comp) loven naisen lompakkoon. (DBh.)

7) Kelan laskureilla voi yrittää arvioida esimerkiksi tulevia tuloja, mutta silti tulevaisuutta on **vaikea hahmottaa** (–comp) – onneksi Suomessa ja Pohjoismaissa äitien tilanne on erittäin hyvä muihin maihin verrattuna. (DBh.)

8) Kun omia varoja voi kartuttaa ja ottaa käyttöön **järkevästi** (+comp) ilman pelkoa sitoutumisesta vuosikymmeniksi tai **kohtuuttomista** (–comp) veroseuraamuksista, voimme vaikuttaa niinkin isoihin asioihin kuin esimerkiksi työurien pidentämiseen. (DBg.)

9) Vaikka markkinapsykologia on **oma taiteenlajinsa** (–comp, t), vielä ei kannata heittäytyä pessimistiksi. (NOd.)

Hyödynsin Katajamäen (2018) lisäkatgorioita analyysini tukena, vaikka en tehnytään luokitteluani hänen mallinsa mukaisesti. Hyödyllinen apukategoria oli esimerkiksi hyödyllisyys (engl. *usefulness*), jota käytetään muun muassa esimerkin 10 arvottamisessa. Siinä verbit *tukee* ja *asettaa haasteita* arvottavat, ovatko ostojen lopettamispäätöksen vaikutukset ja seuraukset markkinoille positiivisia vai negatiivisia. Kiinnostavaa esimerkissä on myös se, miten *tukee*-verbi saa konventionaalisesta käytöstään poiketen negatiivisesti arvottavan merkityksen. Ilman tekstikontekstia ilmaus voisi johtaa harhaan lukijaa, jolle talous on aiheena vieraampi.

10) Ostojen lopettaminen puolestaan **tukee** (–comp, t) korkojen nousua, korkoerojen leventymistä ja **asettaa haasteita** (–comp) myös osakemarkkinoille. (NOi.)

Toiseksi eniten aineistossa aktivoituu sosiaalisen merkittävyyden arvottamisen merkityksiä. Ne arvottavat asioita sen pohjalta, kuinka tärkeitä (esimerkki 11), arvokkaita ja arvostettuja (esimerkki 12) tai keskeisiä ne ovat. Sosiaalisen merkittävyyden eksplisiittistä arvottamista on paljon myös blogikirjoitusten otsikoissa ja ingresseissä, mistä yksi esimerkki on esimerkki 13. Sosiaalisen merkittävyyden merkitysten nostaminen tekstissä keskeiselle paikalle heijastelee myös pankkien blogien yhtä tehtävää ajankohtaisten ilmiöiden merkitysten selittäjänä sekä talouden peruseriaatteiden korostajana. Pankkien asiantuntijat kertovat ja korostavat lukijoilleen, mitkä asiat ovat heidän huomionsa arvoisia. Esimerkissä 13 kirjoittaja ottaa asenteellisella kiistävällä verbiketjulla *ei pidä joutua murehtimaan* kantaa siihen, onko murehtiminen kannattavaa – lukijan vaivan arvoista. Kirjoittaja voi asenteellisella sanavalinnalla myös ottaa kantaa tapahtuman tai lausunnon tärkeyteen, kuten kirjoittaja tekee esimerkissä 14 valitsemalla verbin *varoitti*. Vaihtoehtoinen neutraali ilmaus, kuten *ilmoitti* tai *totesi*, ei ohjaisi lukijan tulkintaa negatiiviseen suuntaan, jolloin lukijan pitäisi tehdä tulkinta oman kielenulkoisen tietonsa varassa.

- 11) Tämä olisi **merkittävä** (+val) kehitysaskel ennen kaikkea osakesäästäjille, jotka ovat toistaiseksi olleet verotuksellisesti eriarvoisessa asemassa esimerkiksi rahastosäästäjiin nähden. (DBg.)
- 12) Danske Bankin oman tutkimuksen mukaan 50 % naisista ja 44 % miehistä **arvosti** (+val) kokonaisvaltaista neuvontaa, ja 70 % naisista verrattuna 60 %:iin miehistä **arvostivat** (+val) laadukasta neuvontaa (DBe).
- 13) Äidin **ei pidä joutua murehtimaan** (–val) lapsen aiheuttamaa palkkalovea (DBh.)
- 14) EKP:n pääekonomisti **varoitti** (–val) viime viikolla, että EKP:n vuosikaudet jatkunut velkakirjaosto-ohjelma on tulossa tiensä päähän (NOi).

Vähiten asia-arvottamisen kategorioista teksteissä käytetään reaktion arvottamista. Sitäkin kuitenkin esiintyy yllättävän paljon, Nordean ja OP:n kirjoituksissa lähes saman verran kuin sosiaalisen merkittävyyden arvottamista. Teksteissä, joiden aiheena oli ilmiöiden tai uutisten kommentointi, oli muita tekstejä enemmän reaktion arvottamista. Reaktion arvottaminen liittyy läheisesti tunteisiin, mutta asiantuntijat perustavat blogikirjoituksissaan vain harvoin arvottamisen subjektiivisesti omiin tunnereaktioihinsa. Tunnetta käytetään arvottamisen pohjana, mutta reaktioon pohjaava arvottava ilmaus esiintyy yleensä yleistävässä 3. persoonassa (esimerkki 15), passiivissa tai muissa yleistävissä rakenteissa (esimerkki 16). Kirjoittaja siis arvottaa, mitä on odotuksenmukaista tai sallittua tuntea asioista. Tunnetta ilmaisevista arvottavista leksikaalisista ilmauksista sana *huoli* ja sen johdokset (esimerkki 17) ovat aineistossa huomiota herättävän paljon käytössä yleisempien sanojen, kuten *hyvä* ja *huono*, lisäksi.

- 15) Se voi tuntua **musertavalta** (reac–) luvulta. (DBf.)

- 16) **Niin epäreilulta** kuin se kuulostaakin (reac–), näyttäisi tilanne olevan se, että äidit saavat suurimman taloudellisen iskun lapsenhankinnasta. (DBh.)
- 17) Taloustilannekaan ei enää huolestuta (+reac) kun budjetti on kääntynyt ylijäämäiseksi ja BKT kasvaa arviolta 2% tänä vuonna. (OPc.)

Toinen blogikirjoituksista erottuva tapa ilmaista reaktion arvottamista ovat asenneadverbit. Ne eivät luonnehdi konkreettisia asioita vaan ilmaisevat kirjoittajan subjektiivista asennetta puheen aiheena olevaan asiaan (VISK § 667). Aineistossani käytössä olivat asenneadverbit *valitettavasti* (esim. NOb), *luonnollisesti* (DBi) ja *onneksi* (OPe).

Arvottamisen ilmaukset pohjaavat sekä yleisiin kulttuurisiin arvoihin, talouden arvoihin että kyseessä olevan diskurssiyhteisön arvoihin. OP:n, Danske Bankin ja Nordean blogien arvottavista valinnoista nousivat esiin etenkin taloudellisen turvallisuuden (esimerkki 18) ja vaivattomuuden (esimerkki 19) tavoittelu yleisesti hyväksyttävänä arvottamisen perustoina. Vaivattomuuden arvostus näkyy myös adjektiivin *helppo* ja adverbien *helposti* yleisyytenä. Toisaalta helppouden vastakohtana tulkittava haastavuus saa teksteissä kahdenlaisia merkityksiä. Esimerkissä 20 *haaste*-sana saa negatiivisen, kulttuurissamme perinteisemmän tulkinnan *ongelma*-sanan synonyyminä. Esimerkin 21 määrite *haastava* puolestaan tulkitaan todennäköisesti positiivisesti arvottavaksi, koska länsimaisessa työ kulttuurissa arvostetaan itsensä haastamista ja ylittämistä. Lisäksi esimerkissä 21 kotekstin selittävä sivulause ohjaa tulkitsemaan ilmaisun positiiviseksi, mikä kertoo kirjoittajan ehkä oletettavan, että positiivinen tulkinta ei lukijoille itsestäänselvyys.

- 18) Sijoittajat ovat turvallisten vaihtoehtojen puutteessa ajautuneet (–comp) sijoittamaan kohteisiin, joista tuottoa on ollut tarjolla. (OPf.)
- 19) Lapsen sijoitussalkun voi lisätä omaan verkkopankkiinsa, jolloin sen hoitaminen on yhtä vaivatonta (+comp) kuin omankin salkun. (NOf.)
- 20) EKP:n ostojen loppuminen haaste (–val) myös Suomelle (NOi.)
- 21) **Haastava** (+comp) työ, jossa osaaminen kehittyy ja yritys tarjoaa mahdollisuuksia uralla etenemiseen, kasvattaa markkina-arvoa. (DBi.)

Merkitykset pohjaavat myös kustannustehokkuuden ja tehokkuuden arvoihin, jotka ovat yleisesti hyväksytyjä länsimaisessa kulttuurissa ja jotka korostuvat talousdiskurssissa. Pankkien blogikirjoituksissa monet arvotukset pohjasivat tehokkuuteen – esimerkissä 22 arvottaminen kytketään siihen avoimesti. Esimerkin 23 verbivalinta *makoilevat* saa saman arvodiskurssin vuoksi negatiivisen tulkinnan, vaikka 'makoilu' asiana voisi toisessa kontekstissa saada positiivisen merkityksen.

- 22) Kuivilla alueilla yhtiön on joskus **kustannustehokkainta** (+comp) yhteistyön avulla turvata oma vedensaanti. (OPa.)

- 23) Ehkä onkin aika lähestyä vaurastumista toisesta näkökulmasta: samalla kun itse painaa ahkerasti töitä, kannattaa laittaa myös ne tilillä **makoilevat** (–comp, t) rahat hommiin eli aloittaa sijoittaminen (DBj).

Myös järki ja harkinta toimivat arvoina asenteiden taustalla. Esimerkeissä 24 yleistä ilmapiiriä arvotetaan negatiivisesti nimeämällä se *huumaksi*, ja esimerkissä 25 talouspolitiikkaa kuvaillaan asenteellisesti määritteellä *holtiton*. Kummassakin esimerkissä virkkeen konteksti vahvistaa sanojen negatiivista tulkintaa: huuman voi tulkita perusteluksi virkkeen toiselle arvottavalle ilmaukselle *heikot* ja holtittoman talouspolitiikan negatiivisuutta korostetaan komposition arvottamisella *kaatuu omaan mahdottomuuteensa*. Esimerkissä 26 sana *neutraali* saa puolestaan positiivisen tulkinnan, koska talouden diskurssissa tunteella tehdyt ratkaisut eivät ole arvostettuja.

- 24) Monet viime vuoden **huumassa** (–reac, t) tuodut ehdoiltaan ja lähtökohdiltaan heikot lainat ovat pinteessä. (OPb.)
25) **Holtiton** (–comp) talouspolitiikka kaatuu äkkiä omaan mahdottomuuteensa, kun lainanhoitokustannukset uhkaavat nousta. (OPf.)
26) Olisi tärkeää, että lapset ja nuoret oppivat **neutraalin** (+comp) suhtautumisen rahan ja taloudenhoitoon. (NOf.)

4.2.2 Eksplisiittinen asia-arvottaminen pankkien blogeissa

Olen tulkinnut eksplisiittiseksi asia-arvottamiseksi hyvin selkeän ja vahvan merkityspiirteen sisältävät arvottavat sanat. Olen rajannut kategorian suhteellisen tiukasti ja lasken eksplisiittiseen arvottamiseen vain ilmaisut, jotka jokainen pankkien blogien lukija – ei vain talousdiskurssin tuntijat – tulkitsee eksplisiittiseksi arvottamiseksi ja kykenee kotekstissa päättelemään, onko arvottava kielenaines positiivisesti vai negatiivisesti arvottava (ks. Katajamäki 2018: 101). Näin pystyn myös paremmin tarkastelemaan oletettua lukijaa, joka teksteihin rakentuu.

Eksplisiittinen arvottaminen ilmenee tekstissä sanatasolla, arvottavana leksikkona. Kuitenkin myös tekstin virke- ja lausetaso on arvottamisen kannalta keskeinen, sillä sen tason kokonaisuudet ilmaisevat usein yhtenäisen ajatuksen – esimerkiksi asenteen (Leinonen–Timlin 2004: 28). Lausetyyppiä, joiden tarkoitus on ilmaista johonkin lauseen osaan kohdistettu arvottava asenne, nimitetään arviointilauseiksi (mp.). Arviointilauseita on pankkien blogeissa huomattavan runsaasti. Niitä muodostetaan asenneadverbeilla, joiden vaikutusala on koko lause tai virke ja jotka ilmaisevat kirjoittajan kannanoton esitettävään asiaan (VISK § 667). Tällöin arviointilauseet arvottavat asioita poikkeuksetta kirjoittajan positiivisten tai negatiivisten reaktioiden perusteella:

- 27) **Valitettavasti** (–reac) nämä ovat pääasiassa olleet negatiivisia uutisia romahduttaen lainojen arvostuksia. (OPb.)

Asenneadverbien lisäksi arviointilauseita muodostetaan kirjoituksissa kopulalauserakenteen avulla. Koska kopulalauseen funktio on yleensä kuvata asioiden tilaa tai ottaa kantaa johonkin, niissä predikatiivina oleva adjektiivi on aina jollain lailla arvottava (Tainio 1993: 120; VISK § 891; Salmela 2012: 34). Kopulalauseita käytetään etenkin sosiaalisen merkittävyyden eksplisiittisen arvottamisen ilmaisuissa, kuten esimerkissä 28. Rakennetta esiintyy myös otsikoissa, jolloin se sävyttää koko blogikirjoitusta. Kopulalause esiintyi otsikossa esimerkiksi tekstissä OPa (esimerkki 29). Joissain arviointilauseissa arvottavuutta pehmitettiin esittämällä arvottaminen negaation kautta. Näin tehdään esimerkissä 30. Lauseen asiasisältö 'Morningstar-menetelmässä on aukkoja' saadaan kuulostamaan vähemmän jyrkältä ja tuomitsevalta, kun se esitetään kiistämisrakenteella.

- 28) Vaikka kouluissa esimerkiksi yrityskylätoiminnan kautta opetetaan lapsille talousasioita, on myös kotoa tuleva esimerkki ja asenne tärkeää (+val). (NOc.)
29) Omistajavaikuttaminen on oleellinen osa (+val) vastuullista sijoittamista – tässä parhaat palat teemavaikuttamisesta (OPa.)
30) Morningstar-tähditys ei ole aukoton (–comp) menetelmä kertomaan, onko rahasto ollut kelvollinen sijoituskohde. (OPg.)

Esimerkkien 28 ja 29 kaltaiset predikatiivirakenteet voivat rakentaa tekstiin joko kokemuksen arviota tai suosittelevuutta (VISK § 1583). Usein pankkien blogikirjoituksissa merkitys on ennen kaikkea suositteleva. Kun asiantuntija kertoo, mikä on tärkeää tai kannattavaa, hän myös samalla kehottaa lukijoita tekemään asiat tietyllä tavalla. Merkitys rakentaa kirjoittajan ja lukijan välille ohjeistaja–ohjeistettava-suhdetta ja voi näin lisätä tekstin hierarkkisuutta ja asiantuntijan auktoriteettia. Se, että jonkin asian kerrotaan olevan 'tärkeä', 'oikea' tai 'merkittävä', ei kuitenkaan kuvaa asian itsensä piirteitä vaan kirjoittajan käsitystä asian merkityksestä. Ilmaisut ovat sidoksissa siihen, kuka tarkastelee, toisin kuin esimerkiksi ilmaistaessa, että jokin on punainen tai nelijalkainen. (Karvonen 1991: 163.) Koska nämä kaikki sijoittuvat samalla tavalla attribuuteiksi, ne häivyttävät kirjoittajan arvottajan roolia näkyvistä. Ne tekevät tekstistä objektiivisen oloisen – kuin teksti olisi riippumaton sen tekijän ja maailman tarkastelijan lähtökohdista ja arvomaailmasta.

Arvottamisen rakentumisessa keskeisiä sanaluokkia ovat adjektiivit ja adjektiivien tavoin käytetyt sanat sekä substantiivit ja verbit (Leinonen–Timlin 2004: 25). Mikä tahansa sanaluokka voi arvottaa, mutta kaikkein eksplisiittisimmin arvottavat adjektiivit, joiden ainoa merkitys on arvottaa kohdettaan positiivinen–negatiivinen-akselilla (Katajamäki 2006: 101–102; Katajamäki 2018: 54). Blogikirjoituksissa tällaisia adjektiiveja ovat muun muassa *negatiivinen* (esimerkki 31), *huono* (esimerkki 32) ja *positiivinen* (esimerkki 33).

- 31) Aggressiivisella verosuunnittelulla voi olla **yllättäviä negatiivisia vaikutuksia** (–comp) yhtiön toimintaan. (OPa.)

- 32) Joukossa on erityisesti paikallisia pankkeja, jotka lähtökohtaisesti ovat **huonossa kunnossa** (–comp) mittavien ongelmaluottojensa kanssa. (OPb.)
- 33) Aikanaan vahvana PS-tilin puolestapuhujana suhtaudun pitkäaikaista säästämistä tukeviin ratkaisuihin **hyvin positiivisesti** (+reac) ja näen, että nykymaailmassa meillä on tarvetta myös ratkaisuille, jotka eivät ole sidottuja ikään tai säästöaikaan. (DBg.)

Pankkien blogien arvottavat sanavalinnat sisältävät pääasiassa konventionaalistuneita positiivisia tai negatiivisia merkityksiä ja konnotaatiota, eli arvottavien ilmausten kulttuurissamme yleisesti konventionaaliset tulkinnat ovat todennäköisiä myös blogien esiintymiskontekstissa. Aineistossa esiintyi kuitenkin myös sanoja, joilla on vahva konventionaalinen merkitys mutta jotka saavat blogikirjoituksissa päinvastaisen tulkinnan. Näissä ilmauksissa lukijoiden tulkintoja ohjaavat sekä tekstikonteksti että kielenulkoinen tieto taloudesta: esimerkin 34 sanat *matala* ja *negatiivinen* voisivat diskurssiyhteisön ulkopuolelta tulevalle lukijalle tarkoittaa negatiivisia asioita, mutta virkkeen verbivalinta *tukee* ohjaa lukijaa tulkitsemaan arvottavat ilmaisut positiivisiksi. Esimerkin 35 ilmaisu *aliarvostettuja* on myös peruserkitykseltään negatiivinen, mutta sijoittamisen kontekstissa se saa positiivisen tulkinnan.

- 34) **Äärimmäisen matala** (+comp) ja monin paikoin **jopa negatiiviseksi painettu** (+comp) korkotaso on yhdessä valtavien arvopapereiden osto-ohjelmien kanssa tukenut sijoitusmarkkinoita koko finanssikriisin jälkeisen ajan. (OPf.)
- 35) Kun markkinoilla keskitytään yhä enemmän sijoittamaan indeksiyhtiöihin, aktiivisen salkunhoitajan on helpompi löytää ne laadukkaat yhtiöt, joilla on hyvät kasvunäkymät ja joiden osakkeet ovat **aliarvostettuja** (+comp, t). (NOa.)

Adjektiiveja ja adjektiivien kaltaisia sanoja käytetään pankkien blogikirjoituksissa paljon. Arviointilauseiden yleisyyden vuoksi predikatiivilauseet ovat aineistossani yleisiä, ja predikatiivimuotoisia arvottavia adjektiiveja löytyy aineistosta kaikissa kieliopillisissa sijoissa. Predikatiivien lisäksi eksplisiittistä arvottamista ilmaistaan odotuksenmukaisesti etenkin adjektiiviattribuuttien avulla (esimerkki 36), mutta myös partisiippiattribuuttien (esimerkki 37) ja adverbien avulla (esimerkit 38 ja 39). Adverbit arvottavat aineistossani pääasiassa asioiden kompositiota, esimerkiksi kasvua (esimerkki 38) tai muuta vaikutusta tai hallittavuutta (esimerkki 39).

- 36) Näistä **erittäin valveutuneista** (+comp) kysymyksistä oppii paljon itsekin ja toisaalta saa tuntumaa siihen, missä hengessä vuoropuhelua ylipäättään käydään johdon ja omistajien välillä. (OPe.)
- 37) Kouluvuosien aikana sopivaan osakerahastoon säästetyt summat ehtivät kerryttää korkoa korolle **tuntuvan** (+comp) summan. (NOh.)

- 38) Viime vuosien aikana yritysten sijoittajasivuillaan tarjoaman tiedon määrä ja laatu on kehittynyt **huimasti**. (OPd.)
- 39) Toimet vastuullisuustavoitteiden eteen vaikuttavat positiivisesti (+comp) resurssien kestäväan käyttöön ja parantavat yhtiön kilpailukykyä sekä riskienhallintaa. (NOj.)

Kaikki arvioivat adjektiivit eivät arvota kohdettaan negatiivinen–positiivinen-akselilla, ja tällaisia arvioivia aineksia on kielessä enemmän kuin arvottavia (Katajamäki 2006: 102). Blogikirjoituksissa käytetään paljon sanoja, jotka voivat saada joko arvioivan tai arvottavan merkityksen. Tämä teki adjektiivien ja adverbien arvottavuuden tulkittamisesta ajoittain vaikeaa. Aina ei ollut selkeästi tulkittavissa, arvottaako kirjoittaja asiaa vai kuvaako hän sen kehitystä tai tilaa objektiivisesti. Esimerkeissä 40 ja 41 kirjoittajat arvioivat maailmaa ja taloutta adjektiivien *toisennäköinen* ja *poikkeuksellisen kevyt* avulla mutta eivät kuitenkaan arvota niitä. Esimerkissä 42 sekä *rento* että *juhlallinen* voisivat olla jossain kontekstissa tai jonkun kirjoittajan ilmaisemina arvottavia sanavalintoja, mutta tässä kontekstissa ne vain arvioivat tilaisuutta, jossa kirjoittaja oli ollut. Arviointi on subjektiivista ja pohjautuu kirjoittajan omiin kokemuksiin, mutta arviointi ei arvota tilaisuutta positiivinen–negatiivinen-akselilla.

- 40) Maailma muuttuu tänä päivänä nopeammin kuin koskaan – se on taatusti *toisennäköinen* lastemme elinaikana. (NOc.)
- 41) Juuri *poikkeuksellisen kevyt* rahapolitiikka on ollut tärkeä tekijä osakekurssien nousun aikana, joten siinä mielessä sijoittajien hermoilu on ymmärrettävää. (NOd.)
- 42) Yleisfiilis oli *juhlallinen*, mutta silti melko *rento*. (OPe.)

Usein arvottavuus on pääteltävissä lausekontekstista. Näin on esimerkissä 43: sana *pieni* voisi olla muussa kontekstissa vain arvioiva, mutta lauseen lopun negatiivisen seurauksen kuvaamisen vuoksi sana saa tässä todennäköisemmin positiivisen tulkinnan 'vain pieni'. Arvottavuus saattaa ilmetä myös määritteestä (esimerkki 44) tai konjunktiosta, joka sävyttää myös arvioivan aineksen. Kirjoituksissa hyvin yleinen arvottavuutta merkitsevä ja korostava konjunktio on *mutta*, mitä havainnollistaa esimerkki 45. Myös *vaikka*-konjunktiota esiintyi arvottamisen ilmipanijana.

- 43) Sijoittajat ovat luottaneet myös alhaisen kurssiheilahtelun jatkuvan, jolloin **pieni** (+comp) korjausliike sai aikaan itseään ruokkiva pudotuksen. (NOd.)
- 44) Nämä romahdukset kertovat arvostusten **vaativan korkeasta** (–comp) tasosta, jotka eivät kestä huonoja uutisia. (OPb.)
- 45) **Pienillä mutta** (–comp) toistuvilla teoilla voi saada koottua erinomaisen kassan nuoren itsenäistymisen taipaleelle vaikkapa ensimmäiseen takuuvuokraan tai opintojen kuluihin. (NOh.)

Aineistossa esiintyy myös jonkin verran nominaalilausekkeita, joissa sekä pääsana että määrite ovat arvottavia. Tämä vaikuttaa eksplisiittisyyden tulkintaan sitä vahvistavasti. Arvottamisen voimakkuuteen vaikuttavat aineistossa etenkin intensiteettiadverbit, kuten *hyvin* (esimerkki 33) ja *erittäin* (esimerkki 36) (ks. Leinonen–Timlin 2004: 27). En tässä tutkielmassa tarkastele tätä tai muita suhtautumisen teorian asteittaisuudeksi kutsumia ilmiöitä sen enempää, mutta kokonaisuudessaan arvioin kielenaineksien arvottamisen asteittamista olevan pankkien blogikirjoituksissa suhteellisen vähän. Asteittaisuuden merkitykset myös kasautuivat teksteihin niin, että jos niitä käytettiin kirjoituksessa, niitä käytettiin yleensä useammassakin virkkeessä (esim. OPe).

Adjektiivien lisäksi pankkien blogikirjoituksissa eksplisiittistä arvottamista ilmaisevat myös etenkin verbit ja substantiivit. Tulkitsin eksplisiittisesti arvottaviksi sellaiset substantiivit ja verbit, joihin liittyi hyvin vahva negatiivinen tai positiivinen merkityspiirre. Yleensä ilmaisuihin liittyi tunne tai dramaattisuus: Esimerkiksi esimerkissä 46 arvottavuus syntyy *revetä*-verbin dramaattisuudesta. Jos sen tilalle olisi valittu vaikkapa neutraalimpi ilmaus *lähtee kasvuun*, arvottava tulkinta ei olisi läheskään yhtä todennäköinen. Myös esimerkin 47 substantiivivalintaan *romahdus* liittyy dramatiikkaa ja tunnetta. *Romahdus*-sana toistuu aineistossa useamman kerran, ja se on talouden kielessä suhteellisen yleinen sanavalinta kuvaamaan laskua. Tulkitsin sen kuitenkin yleisyydestään huolimatta arvottavaksi. Esimerkin 48 *turvasatama*-sanana tulkitsin eksplisiittisesti arvottavaksi sen sisältämän tunnelatauksen vuoksi. (Emootiota painottavasta sanastosta ks. Koskinen 2014: 142.)

- 46) Ero miesten ja naisten ansiokehityksessä on dramaattinen ja se **repeää** (comp-, t) heti ensimmäisen lapsen syntymän jälkeen. (DBh.)
47) Asiaa on auttanut kaaoksessa olevan Venezuelan tuotannon **romahdus** (–comp). (OPc.)
48) Huolet heijastuivat vastaavasti **turvasatamina pidettyjen** (+comp) maiden, kuten Saksa ja Yhdysvallat, korkoihin rajuna laskuna. (OPf.)

Sana *riski* oli oletetusti aineistossani yleinen substantiivi, ja myös sen erilaisia johdoksia esiintyi useampia. Lähes kaikissa esiintymissä ne saivat arvottavan merkityksen, ja yleensä lisämerkitys oli negatiivinen (esimerkki 49). Sijoitan sanan sosiaalisen merkittävyyden kategoriaan samoin kuin *mahdollisuus*-sanana, jota myös esiintyi aineistossa runsaasti. Yleisesti kulttuurissamme *riski*-sanalla on negatiivinen konnotaatio, mutta koska sijoittamisessa riski voi tarkoittaa myös parempaa tuottoa, joissain kirjoituksissa se saikin positiivisesti arvottavan merkityksen. Tämä tulkintamahdollisuus tuodaan esiin esimerkissä 50. Kertomalla eksplisiittisesti sanan arvottamisen taustoja kirjoitus rakentaa samalla oletettua lukijaa, jolle talouden kieli ja periaatteet eivät ole niin tuttuja.

- 49) Suurimpana **riskinä** (–val) seminaarissa pidettiin yksimielisesti uusia talouspakotteita. (OPc.)

- 50) Vaikka pienen lapsen sijoitussalkussa voi olla riskiä, on kuitenkin olemassa kahdenlaista riskiä: sellaista **riskiä, jonka ottaminen lisää salkun tuotto-odotusta** (+val), sekä sellaista **riskiä, joka ei lisää salkun tuottoa** (–val). (NOF.)

Myös verbiketjut, joiden alkuosana on modaalinen verbi, kuten *pitää* (esimerkki 51), *kannattaa* (esimerkki 52), *tulee* (esimerkki 53) tai *täytyä* (esimerkki 52), ovat yleisiä eksplisiittisesti arvottavia ilmauksia aineistossani. Niillä on suuri potentiaali arvottaa asioita positiivinen–negatiivinen-akselilla, ja ne rakentavat asiantuntijalle melko subjektiivista ääntä. Suosittelevaa ja ohjeistavaa *kannattaa* + A-infinitiivi -verbiketjua esiintyy paljon kaikkien pankkien blogeissa ja etenkin teksteissä, joiden retorisen päämäärän voi selkeästi tulkita olevan sijoittamiseen tai säästämiseen kannustaminen. Olen tulkinnut verbiketjujen arvottavan asioiden sosiaalista merkittävyyttä, vaikka joissain konteksteissa niiden voi nähdä sisältävän myös kirjoittajan tunnepitoisen asenteen (reac) tai hyödyllisyyden (comp) arvottamista.

- 51) Monen **pitääkin** (–val) kouluttautua uudelleen, mikäli aikoo pysyä vahvasti mukana työelämässä. (DBi.)
52) Urasuunnittelua kannattaa (+val) harjoittaa etenkin opintojen ja työuran alussa, mutta senkin jälkeen **täytyy** (–val) pitää huoli oman osaamisen markkina-arvosta, mikäli haluaa turvata tulovirran kestävyuden. (DBi.)
53) Pitkäaikaisen säästämisen tulee olla (+val) kannattavaa ilman ikärajoitteita tai veroloukkuja. (DBg.)

Arvottavuutta ilmaistaan jonkin verran myös kiteytyneillä verbi- ja sanaliitoilla, kuten nesessiivisillä rakenteilla *on pakko* ja *on -ttAvA* (esim. *on lisättävä*). Katajamäki (2018: 53, 133) sijoittaa nämä nesessiiviset rakenteet uuden merkitysluokan, välttämättömyyden (engl. *necessity*), alle. Koska käytän tässä tutkielmassa Martinin ja Whiten (2005) jaottelua, sijoitan itse nämä rakenteet sosiaalisen merkittävyyden alle, sillä ne tavanomaisesti ilmaisevat, mitä tai kuinka paljon ne merkitsevät ihmiselle.

- 54) On selvää, että psykologisessa mielessä ostoksia tehdessään **on pakko** (val–) käyttää tiedonkäsittelyllisiä oikopolkuja sen sijaan, että kävisi mielessään läpi kaupan koko tuotevalikoiman yksi kerrallaan. (DBb.)
55) Kun elämme aktiivista elämää aina vain pidempään, varallisuudelle on tarvetta (+val) jo monta kertaa ennen eläkevuosia. (DBg.)

Mitä eksplisiittisempää arvottaminen tekstissä on, sitä helpompi ja yksiselitteisempi kaikkien lukijoiden on tulkita sen merkityksiä. Jos kielen, esimerkiksi arvioivien sanojen tai taulukkopuheen, tulkitseminen vaatii tuekseen paljon muita arvottavia merkityksiä ja tekstin ulkopuolista tietoa, lukijakunta rajautuu. Eksplisiittinen arvottaminen rakentaa siten selkeämpiä tekstejä ja

demokraattisempaa talouspuhetta. Toisaalta implisiittisen arvottamisen suuri määrä voi olla kirjoittajalle myös keino kohdistaa teksti lukijoille, joilla on ymmärrystä diskurssista ja pohjatietoa taloudesta. On myös mahdollista, että tekemällä arvottavista aineksista vaikeammin tulkittavia kirjoittaja rakentaa ja ylläpitää talouden ympärillä olevaa mystiikkaa. Tekemällä merkitysten tulkitsemisen vaikeammaksi asiantuntija voi tietyllä tapaa nostaa omaa arvoaan ja auktoriteettiaan merkitysten selittäjänä ja tulkitsijana.

4.2.3 Vihjaava asia-arvottaminen pankkien blogeissa

Vihjaavaa asia-arvottamista esiintyy aineistossa eksplisiittisempää vähemmän. Eksplisiittisyys ja implisiittisyys on jatkumo: Tarkkoja eksplisiittisesti ja vihjaavasti arvottavien ilmausten määriä ole tarkoituksenmukaista tai edes mahdollista analysoida, sillä eksplisiittisesti arvottavien ilmausten sävyttävä vaikutus voi ulottua kauaskin. Toisaalta kaikki kirjoitusten lukijat eivät välttämättä tulkitse arvottavaksi kaikkia vihjaavasti arvottavia ilmauksia, jotka itse olen tulkinnut arvottaviksi. Analyysin pohjalta voi kuitenkin karkeasti arvioida, että blogikirjoitusten asia-arvottavista merkityksistä vihjaavaa arvottamista on noin kolmasosa.

Suurin osa vihjaavasta arvottamisesta koostuu nimeämisestä ja ei-keskeisestä sanastosta – pääosin substantiiveista ja verbeistä. Kun keskeistä sanastoa (engl. *core vocabulary*) voi soveltaa yleisesti lähes kaikissa kielenkäytön tilanteissa, ei-keskeinen sanasto (engl. *non-core vocabulary*) viittaa sanavalintoihin, jotka ovat tyypillisiä jollekin tietylle alalle tai aiheelle ja jotka kantavat intersubjektiveja konnotaatioita (Appraisal and Journalistic Discourse, sähköinen lähde: 23–24). Ei-keskeisen sanaston käyttöala voi olla kapeampi, ja siihen voi liittyä tunne suuremmasta muodollisuuden tai epämuodollisuuden asteesta kuin keskeisellä sanastolla. Siihen voi myös liittyä jokin arvottava konnotaatio. (Mp.) Konnotaatio ei kuitenkaan ole kulttuurissa konventionaalistunut tai sisällä niin vahvaa tunnetta, että sen voisi tulkita olevan eksplisiittistä arvottamista.

Tietyistä lukijapositioneista ei-keskeisen sanaston synnyttävän vihjaavan tulkinnan saattaa pystyä tekemään myös implisiittisesti tekstin asiasisällöstä. Ei-keskeisellä sanastolla ei läheskään aina itsessään ole arvottavaa merkitystä, vaan arvottava tulkinta aktivoituu ilmaisun kontekstissa ja tietyssä kulttuurisessa kontekstissa. (Appraisal and Journalistic Discourse, sähköinen lähde: 23–24.) Pankkien blogikirjoituksissa oli paljon tällaista kontekstin ja tekstin aiheen vaikutuksesta arvottavaksi tulkittavaa ei-keskeistä sanastoa. Esimerkin 56 *pikavoitot* on todennäköisesti tarkoitettu tulkittavaksi negatiivisesti arvottavaksi, vaikka sanan yksinään tai muussa kontekstissa voisi tulkita neutraaliksi tai positiiviseksi sen merkityssisällön ('nopea voitto') vuoksi. Koska sen vastakohtaksi asetetaan positiivinen ilmaus *varma vaurastuminen* ja kirjoituksen diskurssissa arvostetaan harkintaa ja varmuutta, *pikavoitot* saa kuitenkin negatiivisen tulkinnan.

- 56) Toiseksi tärkein päätös on aloittaa ajoissa, jos tavoittelee varmaa vaurastumista eikä **pikavoittoja** (–comp, t). (DBd.)

Esimerkissä 57 ei selviä, onko *velvollisuus* yhtiön hallituksen itsensä käyttämä sanavalinta. Kirjoittaja ei kuitenkaan irtisanoudu siitä esimerkiksi lainausmerkeillä, vaan ilmauksen voi tulkita kirjoittajan omaksi arvottamiseksi. *Velvollisuus*-sanan sijaan kirjoittaja olisi voinut käyttää esimerkiksi ilmaisuja *oikeus* tai *mahdollisuus* tai olla nimeämättä tilanne kokonaan eri lauserakennetta käyttämällä. Esimerissä 58 *velkapommi*-sana arvottuu negatiiviseksi sen sisältämän uhkaa enteilevän lisämerkityksen vuoksi. Kyseinen esimerkki on blogikirjoituksen otsikko, ja sanavalinnalla luodaan myös kontrastia *ratkaista*-sanaan. Kontrasti toimii siten myös kiinnostuksen herättäjänä, houkuttimena tekstin lukemiseen. Esimerkissä 59 osakemarkkinoiden laskulle annetaan uusi tulkintakulma nimeämällä negatiivinen ilmiö, pörssikurssien lasku, positiivisesti arvottavasti *korjausliikkeeksi*. Sanavalinta on odotusten vastainen, mutta se tukee ja osittain perustelee kirjoittajan suhteellisen radikaalia väitettä, jonka mukaan kurssien lasku olisi tervetullut eli toivottu ilmiö. Siten nimeämisellä voi katsoa olevan myös oletettuja lukijaa suostutteleva funktio. Esimerkissä 60 ensiasunnon osto ja eläkkeelle jääminen nimetään *elämän suuriksi askeleiksi*, ja näin ne saavat sosiaalisen merkittävyyden lisämerkityksen.

- 57) Moni osakkeenomistaja käytti toimitusjohtajan puheenvuoron jälkeen hallituksen peräänkuuluttamaa **velvollisuutta** haastaa ja kysyä toimitusjohtajalta. (OPe.)
58) Voisiko **velkapommi** (–comp, t) ratkaista Suomen velkaantumisongelman? (NOB.)
59) Monella tapaa **korjausliike** (+comp, t) on jopa tervetullut. (NOd.)
60) Elämän **suuriin askeliin** (+val, t), kuten ensiasunnon ostoon tai eläkkeelle jäämiseen, kannattaisi varautua ajoissa. (DBd.)

Esimerkkien 56–60 vihjaavasti arvottavat sanavalinnat eivät ole mitenkään eksplisiittisesti arvottavia tai subjektiivisia. Ne herättelevät kontekstissaan kuitenkin todennäköisesti lukijoissa asenteellisia tulkintoja. Blogikirjoituksissa esiintyi lisäksi myös sellaista nimeämistä ja ei-keskeisen sanaston käyttöä, jonka voi ajatella olevan tekstien diskurssiyhteisössä normaalistunutta puhetapaa mutta joka saattaa sen ulkopuolisesta lukijasta tuntua asenteelliselta. Tällaisia merkityksiä tulkitsin aineistosta vähemmän. Yksi havainnollistus diskurssiyhteisössä ja länsimaisessa kulttuurissa normaalistuneesta vihjaavasta asia-arvottamisesta on esimerkki 61. Esimerkissä sanavalinnat *ikärajoite* ja *veroloukku* sisältävät arvottavia lisämerkityksiä ja presuppositioita: ikä on mahdollista nähdä kulttuurissamme rajoitteena ja verot eivät ole ainoastaan hyvä asia. On kuitenkin mahdollista, että oletetut lukijat eivät tulkitse niitä kovin arvottavina, koska puhetapa on diskurssiyhteisössä normaali.

- 61) Pitkäaikaisen säästämisen tulee olla kannattavaa ilman **ikärajoitteita** (–val, t) tai **veroloukkuja** (–val, t). (DBg.)

Ei-keskeisen sanaston lisäksi toinen aineistossa yleinen vihjaavan asia-arvottamisen muoto on suuruuden ja pienuuden korostaminen sekä mittayksiköiden ja lukusanojen arvottaminen, joilla kirjoittaja ilmaisee oman asenteensa lukua tai määrää kohtaan. Yleisimpiä suuruuden tai pienuuden korostajia on adverbit *jopa* ja *vain*, mutta suuruuden tai pienuuden arvottamiseen käytetään ilmaisuja myös näitä monipuolisemmin. Ilmaisut arvottavat lukuja ja määriä myös yllättävän vaihtelevien kategorioiden perusteella: asenteellisuus sisältää niin sosiaalisen merkittävyyden, komposition kuin reaktionkin asia-arvottamista. Esimerkissä 62 pienenkin tulosumman sosiaalista merkittävyyttä arvotetaan positiivisesti pilkuilla erotetun irrallisen lisän avulla. Esimerkissä 63 kirjoittaja puolestaan ilmaisee reaktionsa palkkaerojen suuruutta kohtaan *yhä*-adverbilla. Palkkaerojen suuruuden voisi tulkita *suuri*-adjektiivin perusteella vain arvioivaksi mutta ei arvottavaksi ilmaukseksi, mutta *yhä* tuo siihen negatiivisesti arvottavan lisämerkityksen 'vaikka ei enää pitäisi olla' ja ohjaa siten lukijan tulkintaa. Esimerkeissä 64 arvotetaan määrän ja 65 luvun kompositiota ja tasapainoa.

- 62) Aloita siis varautuminen eläkeikään nyt jo siirtämällä osa tuloista, **edes pieni osa** (+val, t), pitkäaikaisiin sijoituksiin. (DBg.)
- 63) Tavallaan tulos ei yllätä, kun peilaa sitä taloudellisen mielenrauhan avaimena nähtävään tulokehitykseen – naisten ja miesten väliset palkkaerot ovat Suomessa **yhä** (–reac, t) suuria. (DBi.)
- 64) Väitän, että tätäkin harvempi ihan OIKEASTI oivaltaa korkoa korolle ilmiön voiman kun sijoitusaika on pitkä. **Siis oikeasti pitkä eli** (+comp, t) vuosikymmeniä -mikä on ihan realistinen aika, jos pitkäjänteisen säästämisen aloittaa vaikkapa silloin kuin siirtyy työelämään ja vakituinen palkka alkaa juosta. (OPj.)
- 65) Nyt USA:n S&P 500 -osakeindeksin tapauksessa laskua on tullut **vasta** (+comp, t) **vajaat 8 %**. (NOd.).

Lukusanojen arvottaminen on osaltaan talouspuhetta demokratisoivaa kieltä: taloutta tuntematon lukija ei välttämättä pysty päättämään vain kielenulkoisten tietojensa varassa, onko tekstissä mainittu prosentti tai summa suuri vai pieni, merkittävä vai ei merkittävä.

Tulkitsen yhdeksi vihjaavan arvottamisen keinoksi myös kausaalisuhteen esittämisen, vaikka Martin ja White tai Katajamäki eivät mainitse kausaalisuhteen arvottavista ominaisuuksista artikkeleissaan tai teoksissaan. Syy-seuraussuhteiden esittämistä on aineistossani kuitenkin paljon, ja monessa kotekstissa se saa arvottavia merkityksiä. Näissä virkkeissä seurausta tai tavoitetta ilmaisevan lauseen voi tulkita arvottavan syytä ilmaisevaa lausetta tai sen osaa. Seurauksen ilmaisu sisältää usein tunnetta ilmaisevan leksikaalisen elementin, joka herättelee arvottavaan tulkintaan. Arviointilauseisiin

verrattuna kausaalista suhdetta ilmaisevien virkkeiden funktio on usein sama, mutta ne eivät ole yhtä eksplisiittisesti arvottavia kuin arviointilauseet.

Sijoitan kausaalisuhteen esittäminen komposition arvottamisen alle, ja tulkitsen sen lähelle Katajamäen hyödyllisyyden (engl. *usefulness*) kategoriaa (Katajamäki 2018: 199–200). Keinot kausaalisuhteen ilmaisuun ovat moninaisia. Yleisimpiä tavoitetta tai seurausta ilmaisevia merkitsimiä ovat adverbiaalikonjunktiot *sillä*, *koska* ja *jotta*, partikkeli *niin* sekä *mitä–sitä*-sanapari. Esimerkissä 66 *jotta*-sanana avulla sijoittaminen esitetään keinona tavoitella ’oman näköistämme elämää’, joka on arvostettu asia yksilöllisyyttä korostavassa länsimaisessa kulttuurissa. Esimerkissä 67 sama kausaalisuhde esitetään adessiivimuodolla, joka ilmaisee keinon mielenrauhan saavuttamiseen. Esimerkissä 68 seuraus ilmaistaan perfektillä, jolle tyypillistä on esittää asiat niin, että ne ovat merkityksellisiä myös nykyisyyden kannalta (VISK § 1534). Kiinnostavaa esimerkissä 68 on tavallisesti negatiivista konnotaatiota kantavan *pakottaa*-sanana muuttuminen kontekstissa positiivisesti arvottavaksi: asunnon ostaminen saa tekemään asioita, joita ei haluaisi tehdä mutta joista on loppujen lopuksi itselle hyötyä. Blogikirjoituksissa yleisesti käytettyä *mitä–sitä*-sanaparia havainnollistaa esimerkki 69.

- 66) Säästämme, **jotta voimme elää oman näköistämme elämää** (+comp). (DBc.)
67) Sijoittamalla lisää mielenrauhaa (+comp, t). (DBi.)
68) Heistä 69 prosenttia sanoo, että asunnon omistaminen on kartuttanut omaisuutta (+comp, t) ja 21 prosenttia, että asunto on pakottanut säästämään ja suunnittelemaan talouttaan (+comp, t). (DBf.)
69) Myöskään liian suuri hajautus ei kannata: mitä lähempänä rahasto on indeksiä, sitä **vähemmän** ylituotoille jää **mahdollisuuksia** (–comp, t). (NOa.)

Vihjaavaa asia-arvottamista rakennetaan blogikirjoituksiin myös sanastollisen metaforien ja kielikuvien avulla. Kielikuvia ei käytetä aineiston blogiteksteissä paljoa mutta kuitenkin olettaamani enemmän. Yllättävimpiä sanastollisten metaforien aloja käyttää OP, jonka teksteissä talous ja markkinat rinnastetaan esimerkiksi teatteriin (OPb) sekä makeisiin ja herkutteluun (OPc). Kuten Katajamäki (2018: 77) taloussanomalehtien pääkirjoitusten kielestä havainnoi, talouden tekstien metaforien lähdeala on yleensä taistelu ja kilpailu. Näitä vertauksia tehtiin myös pankkien blogikirjoituksissa.

Niissä teksteissä, joissa omaperäisempiä kielikuvia käytettiin, kielikuvien teema värittää yleensä koko tekstiä. Suurin osa blogikirjoituksissa käytetyistä kielikuvista on kuitenkin kulttuurissa hyvin tunnettuja ja käytettyjä sanontoja, ja niitä myös käytettiin konventionaalisessa tarkoituksessa (esimerkit 70 ja 71). Niitä esiintyy teksteissä myös yksittäin muuten formaalin kielen seassa.

70) Italiaan muodostettava uusi populistinen hallitus on **leipää ja sirkushuveja sisältävällä** (–comp, t) politiikallaan aiheuttamassa epävarmuutta pääomamarkkinalla (OPb).

71) Sijoittaminen ei ole rakettitiedettä (+comp, t), mutta kaikilla meistä ei kiireisessä arjessa ole aikaa eikä välttämättä kiinnostustakaan perehtyä sijoitusmarkkinoihin kovin syvällisesti (DBc).

Ironiaa ja sarkasmia ei käytetä aineistossa asioiden arvottamiseen lähes lainkaan, vaikka blogi tekstilajina siihen sopisi. Esimerkki 72 on yksi harvoista tällaisista merkityksistä aineistossa. Sanavalinta *tasa-arvotalkoot* saa arvottavan konnotaation kulttuurisesta kontekstistaan. Vuoden 2017 kesällä sosiaalidemokraattien puheenjohtaja Antti Rinne ilmaisi huolensa syntyvyyden laskusta Suomessa ja kannusti suomalaisia synnytystalkoisiin, mistä nousi mediassa kohu ja vilkas keskustelu (Yle 24.8.2017). Kun *synnytystalkoot*-sanon negatiiviseen konnotaatioon yhdistyy *tasa-arvo*-sanon positiivinen konnotaatio, syntyy mahdollisuus ironiseen tulkintaan. Ilmaisuuksiin liittyvä tunnelataus korostaa sen positiivista arvottavaa merkitystä.

72) Aloitetaan **tasa-arvotalkoot** (+val, t) ja varaudutaan ajoissa (DBg.)

Myös odotuksenvastaisuuden ilmaisut herättelevät lukijaa asenteellisten merkitysten tulkitsemiseen (Martin–White 2005: 66–67), mikä saa lukijan varmemmin tulkitsemaan ilmaisun merkityssisällön positiivisena tai negatiivisena. Esimerkiksi esimerkissä 73 kiteytynyt sanapari *itse asiassa* korostaa lukijalle tutkimuksen tuloksen merkitystä ja ikään kuin merkitsee arvottamisen paikan tekstiin. Se vahvistaa *sakko*-sanavalinnan tulkintaa negatiiviseksi.

73) Tutkimuksen mukaan lapsisakko koostuu tasaisesti näistä kolmesta tekijästä, ja **itse asiassa** (–val, t) tämä lapsisakko selittää tanskalaisilla suurimman osan miesten ja naisten palkkaeroista. (DBh.)

Olen jättänyt kaikkein implisiittisimmän, hiljaisen ideationaalisen arvottamisen tarkasteluni ulkopuolelle. Implisiittinen arvottaminen ilmenee teksteissä yhtä sanaa laajemmissa sanayhdistelmissä ideationaalisten merkitysten kautta, joten sen tunnistaminen on vaikeampaa ja vahvemmin lukijasta riippuvaista (Martin–White 2005: 62; Katajamäki 2018: 50). Asenteellisuutta saatetaan rakentaa esimerkiksi myönteisin väitelausein, jotka kontekstissa rakentavat arvotuksia tai luonnollistunutta ideologiaa (Katajamäki 2018: 51). Myönteisiä, sekä eksplisiittistä että implisiittistä arvottamista sisältäviä väitelauseita on aineistossa paljon (ks. luku 4.3.1), joten on oletettavaa, että pankkien blogikirjoituksissa rakennetaan myös implisiittistä arvottamista. On myös todennäköistä, että joku toinen lukija voisi toisesta lukijapositionista tulkita jotkin arvioivat kielenaineokset

arvottaviksi. Arvioivia ilmauksia oli runsaasti juuri myönteisissä väitelauseissa (esimerkiksi OPi). Implisiittinen arvottava tulkinta voi aktivoitua myös esimerkiksi lauseissa, joissa pankit kertovat omista vastuullisista toimintatavoistaan: kulttuurisen kielenulkoisen tiedon valossa esimerkiksi yhtiökokouksissa äänestämistä voidaan pitää arvokkaana asiana. Tällaiset maailmaa tai toimintaa kuvaavat väitelauseet voivat toimia paikkoina arvottaville tulkinnoille, vaikka tekstissä toimintaa ei eksplisiittisesti arvotettaisikaan negatiivisena tai positiivisena.

Hunston ja Thompson (2001: 19–10) mainitsevat tekstijakson rakentuvan arvottavaksi sen sijainnin kautta: tekstin osa voi saada arvottavan tulkinnan jo sijaintinsa perusteella. Tulkintaan vaikuttavat lukijoiden tekstilajitietoisuus ja konteksti kuten eksplisiittisessäkin arvottamisessa. Pankkien blogikirjoituksissa yleinen käytäntö on, että tekstin lopussa esitetään kehottava tai suositteleva arvottava merkitys ja johdatellaan lisätiedon äärelle – esimerkiksi lukemaan lisää pankin palveluista. Konventio on niin yleinen, että se voi ohjata lukijat tulkitsemaan tekstin lopun kielenaineokset herkemmin arvottaviksi, vaikkei niissä olisi eksplisiittistä asenteellisuutta.

4.3 Asiantuntijan suhde oletettuihin lukijoihin

Tässä alaluvussa analysoin aineistosta nousevia sitoutumisen merkityksiä. Pyrin vastaamaan tutkimuskysymykseen 2: selvitän, onko pankkien asiantuntijablogien kirjoitukset yksi- vai moniäänisiä, kuuluuko niissä asiantuntijan oma vai pankin ääni ja onko mahdollinen moniäänisyys dialogisesti supistavaa vai laajentavaa – antaako se tilaa muille äänille vai tukahduttaako se niitä? Tekstiin rakentuvien äänien avulla vastaan myös tutkimuskysymykseen 3 eli analysoin, millaisia rooleja kirjoitusten oletetut lukijat saavat ja millaisia ennakkotietoja heillä oletetaan olevan. Lisäksi pohdin tutkimuskysymystä 1 eli subjektiivisuutta sen suhteen, millä keinoin asiantuntija sitoutuu luvussa 4.2 eriteltyihin arvottaviin merkityksiin eli kuinka selvästi arvottavissa ilmauksissa kuuluu tekijän ääni.

Olen hyödyntänyt analyysissäni suoraan Martinin ja Whiten yksiäänisyyden ja moniäänisyyden jaotteluja. Olen laskenut taulukkoon moniäänisyyttä ilmaisevat dialogisesti supistavat ja dialogisesti laajentavat ilmaukset ja jaotellut ne suhtautumisen teorian mallin mukaisesti. Moniäänisyyttä rakentavien ilmaisujen jaottelu on suhteellisen selkeätulkintaista. Propositionien tulkitseminen yksiäänisiksi ja niiden määrän laskeminen aineistosta on vaikeampaa, koska moniäänisten ilmausten vaikutus jatkuu usein yli yhden virkkeen. Olen tulkinnut yksiäänisiksi ilmauksiksi väitteet – virkkeet tai lauseet – joiden voi katsoa sisältävän itsenäisen proposition, joista ei kuulu ja jotka eivät kaiuta moniäänisyyttä. Aina ei ole yksiselitteisesti tulkittavissa, onko virke tai lause yksiääninen vai ei, joten yksiäänisien ilmauksien määrä on ennemminkin suuntaa antava luku kuin tarkka analyysin tulos.

Luvussa 4.3.1 esittelen pankkien blogikirjoitusten yksiaänisiä ilmauksia ja yksiaänisyyden luonnetta. Luvussa 4.3.2 käyn läpi kirjoitusten moniaänisyyttä dialogisen supistamisen osalta: havainnollistan ja esittelen irtisanoutumisen ja oman kannan osoittamisen keinoja. Luku 4.3.3 esittelee moniaänisyyttä dialogisen laajentamisen kannalta, ja siinä kuvataan aineistossa rakentuvaa harkitsemista ja lähteiden ilmaisemista. Pohdin jokaisessa luvussa, minkälaista kirjoittajan ääntä ja toisaalta oletettua lukijaa yksiaänisyyden ja moniaänisyyden merkitykset rakentavat blogikirjoituksiin.

Esittelen tulkintojani ja jaotteluani aineistoesimerkkien avulla. Olen valinnut esimerkeiksi ilmaiset, joiden koen havainnollistavan aineisolleni tyypillisiä kielenkäytön tapoja parhaiten. Moniaänisyyttä kuvaavista esimerkeistä olen *kursivoinut* tarkastelun kohteena olevat moniaänisyyttä ilmaisevat kielenaineokset ja rakenteet.

4.3.1 Pankkien blogikirjoitusten yksiaänisyys

OP:n, Nordean ja Danske Bankin blogikirjoitusten propositioista noin puolet on yksiaänisiä. Pankkien välillä ei ollut paljoa eroa yksiaänisten ilmaisujen suhteellisessa määrässä, mutta yksittäisten tekstien välillä eroa on melko paljon: esimerkiksi OPa-tekstissä lähes koko teksti on yksiaäninen, kun taas NOc-tekstin itsenäisen ajatuksen ilmaisevista lauseista ja virkkeistä vain noin joka kolmas on yksiaäninen.

Yksiaänisistä eli monoglossisista ilmaisuista ei näy, että asiasta voisi olla muita mielipiteitä. Niissä rakennetaan neutraalia sitoutumista myönteisin väitelausein, joissa tekijän ääni on kielellisesti näkymätön. Yksiaäninen ei kuitenkaan tarkoita objektiivisuutta tai faktuaalisuutta: yksiaäninen sitoutuminen on myös sitoutumista, joka rakentaa yleisön välille luonnollistunutta suhtautumista puheen aiheena olevaan asiaan. (Martin–White 2005: 97–102.) Pankkien blogikirjoitukset sisältävät kahdenlaista yksiaänisyyttä: väitteitä, jotka esitetään itsestään selvinä ja luonnollisina ja joita ei tarvitse perustella tai puolustella, ja väitteitä, jotka asetetaan keskustelun aiheeksi kotekstin avulla.

Esimerkit 74, 75 ja 76 havainnollistavat aineistolle tyypillisiä itsestään selvinä esitettyjä yksiaänisiä väitteitä:

- 74) Kiinassa ikärakenne on heikko suhteessa asukaskohtaiseen bkt:hen, joten talouden kasvun täytyy jatkossa nojata enemmän tuottavuuden kasvuun. (OPi.)
- 75) Tavallaan tulos ei yllätä, kun peilaa sitä taloudellisen mielenrauhan avaimena nähtävään tulokehitykseen – naisten ja miesten väliset palkkaerot ovat Suomessa yhä suuria. (DBj.).
- 76) Osakkeissa näitä painotuksia ovat mm. kauppasodan uhalta paremmin suojassa olevat pienet- ja keskisuuret yhtiöt, korkojen noususta hyötyvät finanssisektorin yhtiöt,

korkeasta öljyn hinnasta ja geopolittisesta epävarmuudesta hyötyvät energia-alan yhtiöt sekä vakaammat terveydenhuoltosektorin yhtiöt. (OPf.)

Esimerkissä 74 virkkeen kaksi lausetta esitetään kumpikin itsestään selvinä, eikä tilaa keskustelulle jää. Ensimmäisessä lauseessa ilmaistava syy ja jälkimmäisessä ilmastava seuraus esitetään kumpikin talouden normeihin perustuen niin helposti pääteltävinä, ettei väitteitä tarvitse perustella. Näin on myös esimerkin 75 virkkeen viimeisessä lauseessa, vaikka naisten ja miesten väliset palkkaerot ovat olleet suomalaisessa yhteiskunnassa viime vuosina paljon keskustelun alla eikä yleistä konsensusta asiasta ole. Myöskään esimerkkiä 76 ei esitetä avoimena keskustelulle. Pääväitteen lisäksi siinä luetteloidaan kieliopillisten metaforien avulla nominatiivilausekkeisiin useampia yksiaänisiä väitteitä, jotka myös esitetään varmoina ja luonnollisina. Toiminta käsitteellistetään ja esitetään varmana ilmaisemalla se *-val*-partisiippi-rakenteen avulla. Tällaiset kieliopilliset metaforat lisäävät virkkeiden autosemanttisuutta, mikä puolestaan lisää tiedon ilmaisun autoritäärisyyttä ja rakentaa vakuuttelevaa lukutapaa (Karvonen 1991: 161). Esimerkin 76 virke rakentaa siten kirjoittajalle varmaa ja vakuuttelevaa, autoritääristä ääntä.

Myös arvottavia merkityksiä rakennetaan yksiaänisillä lauseilla. Yksiaänisissä virkkeissä sijaitseva arvottaminen luonnollistaa arvotuksia ja tekee niistä yleisluontoisen oloisia. Yksiaänisyys tukee tulkintaa, jossa kirjoittajan asioille antamat merkitykset ja arvotukset tulkitaan absoluuttisina ilmauksina. (Ks. Karvonen 1991: 164.) Pankkien blogikirjoituksissa arvottamista on paljon myös yksiaänisissä virkkeissä, ja etenkin otsikoihin ja ingresseihin sijoitetut arvottavat ilmaisut esitetään yksiaänisesti.

Arvottavien yksiaänisten virkkeiden lisäksi asiantuntijat kertovat yksiaänisillä ilmaisuilla myös sen, mitä asioista on normaalia tai sallittavaa tuntea. Esimerkissä 77 kirjoittaja kertoo yksiaänisesti, miten osakemarkkinoiden tilanteeseen reagoidaan. Myönteisen väitelauseen vuoksi asia esitetään luonnollisena ja varmana. Koska kokijaa ei kerrota tai rajata, tunne esitetään kaikkia – myös kirjoittajaa ja lukijaa – koskevana totuutena. Myös esimerkin 78 kirjoittaja kertoo varmasti, mitä asioista ajatellaan ja mitä niistä seuraa. Väitteitä toisaalta pehmentää se, että *me*-muodolla asiantuntija laskee myös itsensä kuuluvan tähän viiteryhmään. Toisaalta virke rakentaa tekstiin asiantuntijaa, joka on myös kirjoituksen diskurssiyhteisön tunteiden ja toimintamallien asiantuntija.

77) Liike tuntuu entistä **rajummalta** (–*reac*), koska osakemarkkinoilla ei ole nähty suurempia laskuja vuosikausiin. (NOd.)

78) Yksilöinä koemme jälkimmäiset [asiat, joihin ei voi vaikuttaa] joskus jopa niin **lamauttavana riskinä** (–*val*), että se estää meitä tekemästä mitään taloudellisia toimia. (DBa.)

Yksiaänisyyteen lukeutuvat myös imperatiivimuotoiset ilmaisut, sillä imperatiivi rajaa pois vaihtoehtoisten toimien mahdollisuuden (Martin–White 2005: 111). Imperatiivia esiintyi blogikirjoituksissa lähinnä tekstien lopussa ohjaamassa lukijaa jatkolukemisen äärelle. Imperatiivin yksiaänisyys havainnollistuu esimerkeissä 79 ja 80: esimerkissä 79 kehoitus on imperatiivimuotoinen ja esimerkki 80 puolestaan ilmaisee kehotuksen modaaliverbin *voida* avulla, moniaänisesti harkiten:

- 79) PS. Tutustu uusiin sijoituspalveluihimme täällä: <https://danskebank.fi/sinulle/tuotteet/saastaminen-ja-sijoittaminen/sijoituspalvelut> (DBc.)
- 80) Muiden OPn rahastojen tähdityksen *voit* tarkistaa op.fi:stä (OPg.)

Yksiaänisiä väitteitä usein loivennetaan kirjoituksissa tarkentavien ja väitteen alaa rajaavien ilmausten avulla. Etenkin aikaa ja määrää tai osuutta ilmaisevia adverbeja käytetään lisäämään väitteen aukottomuutta. Tarkemman rajauksen voi ajatella myös ehkäisevän mahdollisia oletettuja vastaväitteitä.

- 81) Kuivilla alueilla yhtiön on joskus kustannustehokkainta yhteistyön avulla turvata oma vedensaanti. (OPa.)
- 82) Valitettavasti nämä ovat pääasiassa olleet negatiivisia uutisia romahduttaen lainojen arvostuksia. (OPb.)

Esimerkissä 81 kirjoittaja pehmentää väitettään *joskus*-sanalla. Esimerkin 82 sana *pääasiassa* puolestaan osoittaa lukijalle, että kirjoittaja on huomionnut mahdolliset positiiviset uutiset eikä väitä mitään, mikä ei välttämättä pidä paikkaansa. Kummankin esimerkin virkkeet ovat kuitenkin yksiaänisiä, sillä ne esittävät nämä pehmenneet väitteet varmoina ja itsestään selvinä. Ne, kuten kaikki yksiaäniset itsestään selvinä pidetyt väitteet, rakentavat oletettua lukijaa, joka jakaa kirjoittajat arvoposition ja joille ei tarvitse selittää perusteluja tai joiden eriäviin mielipiteisiin ei pidä varautua (ks. Martin–White 2005: 100–101).

Jos tekstin jäsenys nostaa yksiaänisen väitteen ikään kuin parrasvaloon tai tekstin keskiöön ja väitettä seuraa esimerkiksi argumenttoivia ja väitettä puolustavia virkkeitä, väitteen voi tulkita nostetun keskustelun kohteeksi. Väite on tällöin yksiaäninen, mutta sillä toisaalta rakennetaan oletettua lukijaa, joka ei välttämättä jaa kirjoittajan näkemyksiä puheen aiheena olevasta asiasta. Yksi esimerkki tällaisesta keskusteluun tai tarkasteluun nostetusta väitteestä on esimerkin 83 virke:

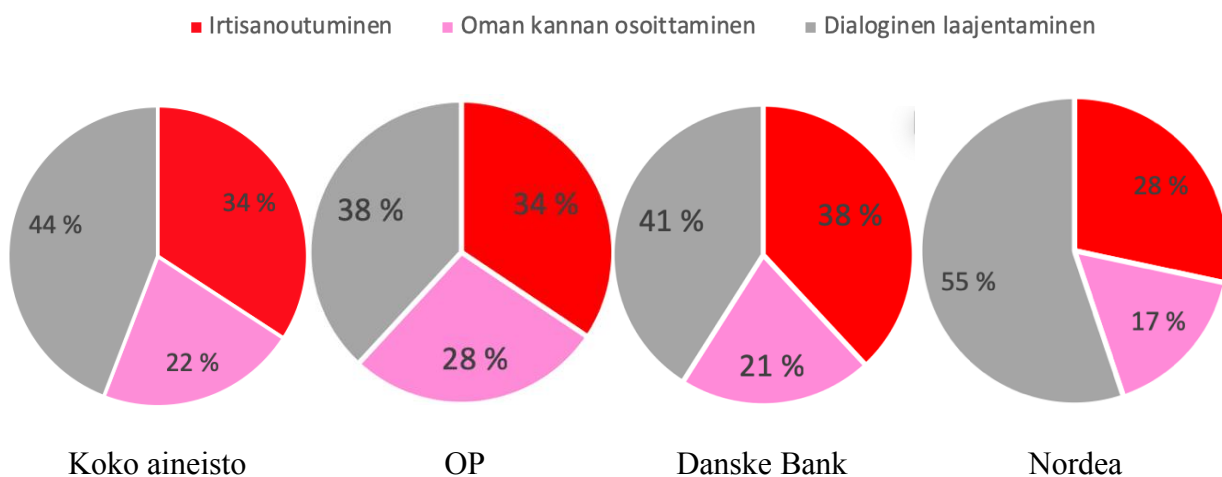
- 83) Yksi tällainen tapa on Morningstarin tuottaman rahastovertailun hyödyntäminen. (OPg.)

Esimerkin 83 virke sijoittuu blogikirjoituksen alkupäähän. Tekstissä ensin taustoitetaan rahastojen historiaa ja pohjustetaan tarvetta rahastojen vertailulle. Esimerkin virke esitetään johdattelun lopuksi

tekstikappaleen päätteeksi, minkä jälkeen teksti keskittyy perustelemaan ja esittelemään Morningstarin rahastovertailua. Väitteen sijainti ja tekstikonteksti perustelevat tulkintaa, että virke yksinäisyydestään huolimatta esitetään arvioinnin ja keskustelun kohteeksi: kirjoittaja keskittyy koko tekstillä perustelemaan, miksi lukijan kannattaisi hyödyntää Morningstarin vertailua.

4.3.2 Dialoginen supistaminen asiantuntijablogissa

Pankkien blogien moniäänisistä ilmaisuista hieman yleisempiä ovat dialogisesti supistavat eli muita ääniä tukahduttavat merkitykset: yhteensä 682 moniäänisestä ilmauksesta 381 on dialogisesti supistavia. OP:n ja Danske Bankin blogikirjoituksissa dialogisesti supistavia väitteitä oli dialogisesti laajentavia enemmän, kun taas Nordean kirjoituksissa dialogisesti laajentavia väitteitä oli yllättäen hieman supistavia enemmän.



KUVIO 5. Moniääniset merkitykset OP:n, Danske Bankin ja Nordean blogikirjoituksissa: tarkastelussa dialoginen supistaminen.

Muita ääniä voi teksteissä tukahduttaa joko irtisanoutumisen tai oman kannan osoittamisen keinoin. Näistä kahdesta käytetympi on jokaisella pankilla irtisanoutuminen: irtisanoutumisen ilmauksia oli kirjoituksissa yhteensä 233 ja oman kannan osoittamisen ilmauksia 148. Muutamassa yksittäisessä kirjoituksessa oman kannan osoittamisen merkityksiä oli irtisanoutumista enemmän.

Irtisanoutumisen keinoilla kirjottaja tukahduttaa muita mahdollisia ääniä joko kiistämällä jonkin väitteen tai esittämällä sille vastakohtan. Danske Bankin ja Nordean kirjoituksissa kiistämistä ja

vastakohtaan esittämistä oli lähes saman verran. OP:n kirjoituksissa vastakohtaan esittäminen oli yleisempää – ero tosin selittyy kahdella tekstillä, jossa oli erityisen paljon vastakohtaan esittämistä.

Kiistäminen ja kieltäminen ovat modaalista kielenkäyttöä, koska kiistäessään jokin asiantilaa kielenkäyttäjä myös aktuaalistaa ja implikoi vastaavaa myönteistä vaihtoehtoa (VISK § 1610). Kiistämisen keinoin kirjoittaja voi myös osoittaa lukijalle, että hän tietää jostain aiheesta enemmän kuin lukija (Mikkonen 2010: 69). Esimerkiksi esimerkissä 84 kirjoittaja kiistää rahoituskustannuksen negatiivisen vaikutuksen ja tuo sen siten samalla esiin vaihtoehtoisena mahdollisuutena. Näin asiantuntija ilmaisee lukijalle tietävänsä mahdolliset seuraukset, myös epätodennäköisemmät, ja pystyvänsä tulkitsemaan niitä.

84) Sijoitusmarkkinoilla tämä tarkoittaa, että salkkujen allokaatiot ja arvostukset täytyy arvioida uudelleen, mutta korkeampi rahoituskustannus *ei välttämättä tarkoita* heikkoa aikaa jatkossa. (OPf.)

Kiistämisellä oikaistaan pankkien blogeissa myös kirjoittajan mielestä väärä käsitys taloudesta – kiistämisen kautta kirjoittaja käsittelee ja kumoaa vääränä pitämäänsä tietoa (Karvonen 1991, 164). Nämä ilmaisut rakentavat kirjoittajan ja oletetun lukijan välille suhdetta, jossa kirjoittaja saa aseman opettajana ja auktoriteettina, joka tietää aiheesta lukijaa enemmän. Asiantuntijan status on niin vahva, että kirjoittaja pystyy ohjeistamaan lukijaa kiistämisen kautta. Esimerkin 85 virke on kyseisen blogikirjoituksen otsikko, ja koko teksti keskittyy perustelemaan tätä otsikossa esitettyä väitettä. Lause sisältää presupposition, että ainakin joku ajattelee virheellisesti kehittyvien markkinoiden olevan yhtenäinen sijoitusalue.

85) Kehittyvät markkinat *eivät ole* yhtenäinen sijoitusalue (OPi.)

Kiistäminen voi olla kohdistettu lukijan sijaan myös ikään kuin kolmannelle osapuolelle. Näissä tapauksissa kieltäminen rakentaa yhteisymmärrystä ja myötämielisyyttä kirjoittajan ja lukijan välille: he ovat yhdessä tietoisia jonkun kolmannen osapuolen ajattelutavasta ja tunnistavat sen yhdessä vääräksi (ks. Mikkonen 2010: 69).

86) Sijoittaminen *kun ei ole* elämästä irrallinen saareke vaan keino saavuttaa tavoitteet, joita meillä elämässämme on (DBc).

Esimerkin 86 kieltoa edeltävä sanan *kun* voi tulkita rakentavan lukijan ja kirjoittajan välille myötämielisyyttä: 'sinäkinhän tiedät, ettei ole'. Toisaalta sen voi myös tulkita turhautumista ilmaisevaksi lisäykseksi. Kyseisen esimerkin kirjoituksen otsikko on "Sijoittamisen ympärillä liikkuu

paljon myyttejä – oletko sinä valmis vaurastumaan?”, joten tulkitseen kirjoittajan tarkoittaneen esimerkkivirkkeellä yksinkertaisesti kumota yhden myyteistä, joihin otsikko viittaa.

Joissain tapauksissa kirjoittaja rakentaa kiistämisen avulla tekstiin myös asenteellisuutta. Esimerkiksi esimerkissä 87 kirjoittajan voi tulkita ilmaisevan kiistämisellä kyllästymistä tai naljailua. Kiistämisen asenteellisen merkityksen havaitsee parhaiten, kun muuttaa lauseen myönteiseksi väitelauseeksi, esimerkiksi muotoon *Poliittinen kriisi on Italiassa aivan tavallinen asia*, jossa kirjoittajan subjektiivinen asenne ei näy samalla tavalla kuin kiistomuodossa.

87) Poliittinen kriisi Italiassa *ei ole mitään* uutta tai yllättävää. (OPf.)

Kiistämisen avulla ilmaistu asenne voi olla myös humoristinen. Näin on esimerkiksi esimerkissä 88, jossa kotekstin rento sävy myös ohjaa tulkitsemaan virkkeen humoristisesti. Kyseessä on etenkin englannissa yleinen epämuodollisen kielen rakenne *I'm not saying..., but...*, jota käytetään kommentin antamiseen kohteliaalla tai tässä tapauksessa humoristisella tavalla (Cambridge Dictionary, sähköinen lähde).

88) *En sano*, että me olimme mielipidevaikuttajia, mutta usein ilmiöt yleistyvät kaveripiirteittäin. (DBf.)

Vastakohdan esittäminen toimii siinä mielessä samalla tavalla kuin kiistäminen, että sen avulla kirjoittaja pystyy osoittamaan, että hänellä ja lukijalla on sama ajattelutapa ja ymmärrys maailmasta mutta että kirjoittaja hakee tähän jonkinlaista muutosta tai toista näkökulmaa (Mikkonen 2010: 69; ks. myös Martin–White 2005: 97–98, 118–121). Yksi vastakohdan esittämisen tavallisista keinoista ja paikoista näkyy esimerkissä 89, jossa kirjoittaja ilmaisee tietävänsä aiheen tilanteen ja rajoitteet mutta esittää näkemyksen tätä vastaan tai tästä huolimatta. Pankkien blogikirjoituksissa vastakohdan esittämisen pystyi useissa tapauksissa tulkitsemaan myös vaihtoehdon esittämiseksi, jota tehdään etenkin *mutta*-konjunktion avulla. Vaihtoehdon esittäminen muistuttaa merkityksiltään usein harkitsemista, mutta siinä moniäänisyys on harkitsemisesta poiketen dialogisesti supistavaa, ei laajentavaa. Esimerkki 90 on esimerkki tällaisesta irtisanoutumisen ilmaisusta. Se on kiinnostava etenkin kirjoittajan auktoriteetin kannalta, koska siinä kirjoittaja esittää vaihtoehdon omalle kokemukselleen. Ilmaisuu rakentaa kirjoittajalle asiantuntijuutta, jossa hän tiedostaa ja myös ilmaisee eksplisiittisesti, ettei hänen oma kokemuksensa asiasta ole ainoa mahdollinen.

89) Verotus on yhtiöille vielä suhteellisen tuore aihe, ja viestintä hakee vielä muotoaan. Tärkeää on *kuitenkin* aloittaa! (OPa.)

90) Minut käännöksi puolisoni, *mutta* asunnonomistamiseen on myös monia muita syitä. (DBf.)

Mutta- ja *kuitenkin*-rakenteiden lisäksi pankkien blogikirjoituksissa irtisanoudutaan väitteistä esittämällä vastakohtia esimerkiksi sanojen *silti*, *kuitenkin* ja *vaan* avulla. Esimerkissä 91 *silti* saa merkityksen 'siitä huolimatta' ilmaisten kirjoittajan pitävän tulevaisuuteen katsovaa asennetta odotusten vastaisena. Esimerkki 92 puolestaan esittelee kirjoittajan kykyä reflektoida talouden tilaa menneisiin tapahtumiin ja tilastoihin, ja vastakohtaisuus esitetään ajanmääreellä *nyt*.

91) Vanhemmasta väestä useimmat olivat iässä, jota heidän vanhempansa eivät ehtineet elää. Katse oli *silti* edelleen vahvasti tulevaan. (DBa.)

92) Itse asiassa ennen tätä kuuta USA:ssa ei ollut nähty yli 2 %:n päiväpudotusta yli 16 kuukauteen. *Nyt* takapakkia tuli samalla yli 4 %. (NOd.)

Tulkitsen esimerkin 91 kaltaisen odottamattomuuden tai yllätyksellisyyden ilmaisut vastakohdan esittämiseksi ja siten irtisanoutuvaksi sitoutumiseksi. Tällaisia merkityksiä oli aineistossa paljon, ja ne muodostivat suuren osan vastakohdan esittämisen ilmaisuista. Yllätyksellisyyden merkityksen voi tulkita olevan myös seuraavissa väitteissä:

93) Kokonaisuudessaan Intia *mutta myös* Indonesia ja Filippiinit erottuvat edukseen. (OPi.)

94) Silloin emme kuitenkaan tiedosta, että *itseasiassa* suurin riski on se, että emme pääse tavoitteisiimme. (DBa.)

Esimerkissä 93 odotuksenvastaisuutta rakentaa maiden jaottelu kahteen ryhmään *mutta myös* -ilmaisulla. Se sisältää asenteellisen lisämerkityksen, jonka mukaan Indonesian ja Filippiinien edukseen erottautuminen on jollain lailla yllättävää. Esimerkissä 94 yllätyksellisyyden tulkinnan herättää ilmaus *itse asiassa*, joka korostaa tai merkitsee (engl. *flag*) arvottavaa merkitystä (ks. Martin–White 2005: 67).

Odotuksen vastaisuudella kirjoittaja ennakoi oletetun lukijan ennakkokäsityksiä. Se luo siten tekstiin samanmielisyyttä: asiantuntija tietää, miten asioiden oletetaan olevan, mutta osaa kertoa, miten ne oikeasti ovat. Se toisaalta myös suojelee lukijan kasvoja: kun asia on asiantuntijastakin yllättävä, ei ole niin kiusallista, että lukija ei itse tiennyt asiaa.

Ilmaisemalla sitoutumisensa irtisanoutuen kirjoittaja tuo esiin aiempia lausumia ja yleisiä käsityksiä puheen aiheena olevasta asiasta ja tukahduttaa sitten nämä äänet joko kiistämällä niiden väitteet tai esittämällä niille vastakohdan. Oman kannan osoittamisella kirjoittaja puolestaan tukahduttaa muita ääniä esittämällä päteviä ja varmoja omia kantojaan asioihin. Oman kannan voi ilmaista joko esittämällä olevansa yhtä mieltä, lausumalla oman näkemyksen tai kannattamalla jotain ulkopuolista

ääntä, kuten lähdettä. Näiden kolmen tavan käytössä on pankkien välillä eroja, sillä esimerkiksi OP:lle oman käsityksen lausuminen on yleisin tapa osoittaa oma kanta, kun taas Nordean teksteissä se on oman kannan osoittamisen tavoista vähiten käytetty. Esiintymiä on kuitenkin niin vähän, että kauaskantoisia päätelmiä niistä ei voi tehdä.

Blogikirjoituksissa yhtä mieltä oleminen esiintyy usein yhdessä vastakohtaan esittämisen kanssa. Rakenne vahvistaa kirjoittajan omaa asiantuntijuutta, mutta toisaalta se toimii myös myönnytyksenä lukijaan päin: kirjoittaja on toisaalta samaa mieltä lukijan tai yleisen mielipiteen kanssa, mutta toisaalta esittää sille vastakohtaan. Esimerkissä 95 kirjoittaja tunnistaa lukijoita mahdollisesti mietityttävän osakkeiden heilahtelun mahdollisuuden mutta esittää sille vastakohtaisesti ja odotusten vastaisesti, ettei asiasta kannata huolestua. Samanlainen rauhoittava merkitys on esimerkin 96 virkkeellä, jossa ollaan yhtä mieltä siitä, että Italiasta tullaan uutisoimaan, mutta irtisanoudutaan väitteestä, että se voisi aiheuttaa eurokriisin.

- 95) Osakkeiden arvo voi *tietysti* heilahdella lyhyellä aikavälillä huomattavastikin, *mutta* tästä *ei* yli vuosikymmenen aikavälillä *tarvitse* olla huolissaan. (NOh.)
96) Perusoletuksemme on siis, että Italia säilyy *kyllä* otsikoissa, *mutta* varsinaiseen uuteen eurokriisiin aihioita *ei ole*. (OPf.)

Vastakohtaan esittämisen kanssa esiintyvä yhtä mieltä oleminen on tavallisesti myöntäen (engl. *concede*) yhtä mieltä olemista. Kirjoituksissa esiintyy kuitenkin myös yhtä mieltä olemista vahvistaen (engl. *affirm*). Vahvistavaa yhtä mieltä olemista rakennetaan pankkien blogikirjoituksissa esimerkiksi ilmauksilla *on selvää* (esimerkki 97) ja *varmasti* (esimerkki 98). Yllättävän usein blogikirjoitusten kirjoittajat ovat vahvistaen yhtä mieltä oman argumenttinsa kanssa. Esimerkiksi liitepartikkelit *-kin* (esimerkki 99), *-kaan* (esimerkki 100) ja *-han* esiintyvät perustelujen jälkeen argumenttia vahvistavana ilmauksena korostaen kirjoittajan päättelyketjua ja alleviivaten proposition pätevyyttä sekä tekijän äänen varmuutta. Se myös luonnollistaa päättelyketjua ja saa sen tuntumaan itsestään selvältä ja ainoalta mahdolliselta vaihtoehdolta saaden lisämerkityksen 'kuten varmaan itsekin päättelit'.

- 97) *On selvää*, että psykologisessa mielessä ostoksia tehdessään on pakko käyttää tiedonkäsittelyllisiä oikopolkuja sen sijaan, että kävisi mielessään läpi kaupan koko tuotevalikoiman yksi kerrallaan. (DBb.)
98) *Varmasti* moni lapsia hankkinut tai lasta odottava on jakanut nämä mietteet, varautunut samoilla keinoilla ja huomannut vauvan saavuttua, että loppujen lopuksi kaikki sujuikin hyvin! (DBh.)
99) Esimerkiksi Wagnerin oopperan seuraamiseen käytetyn neljätuntisen sijaan voisi ajalla ja pääsylipun hinnalla tehdä periaatteessa kaikenlaista, muttei ole aivan selvää, mitä kaikkea. Vaihtoehtokustannuksia koskeva tieto *onkin* tyypillisesti puutteellisempaa kuin suoria kustannuksia koskeva tieto. (DBb.)

100) Kun jututin heitä, havaitsin, että harvalla säästöt olivat tuottohakuksia. *Ja miksi olisivatkaan olleet*, kun kukin oli säästänyt palkastaan eläkettä ja korkean inflaation tukemana asuntovarallisuutta. (DBa.)

Toinen tapa ilmaista oma kanta on oman käsityksen lausuminen. Lausumalla oman käsityksen puheen aiheena olevasta asiasta kirjoittaja sitoutuu esittämäänsä väitteeseen vahvasti ja yleensä tähdentää omaa näkemystään (Mikkonen 2010: 70). Usein kirjoittaja on väitteissä eksplisiittisesti subjektina (esimerkki 101) tai arvottamisen lähteenä (esimerkki 102). Esimerkissä 103 kirjoittaja vahvistaa omaa käsitystään irrallisella lisäyksellä ja sitoutuu erittäin vahvasti väitteeseen.

101) *Väitän*, että tätäkin harvempi ihan OIKEASTI oivaltaa korkoa korolle ilmiön voiman kun sijoitusaika on pitkä. (OPj.)

102) *Pidän* tärkeänä sitä, että kaikkien mielipiteet saa ja pitää haastaa! (OPe.)

103) Jokainen sijoitettu euro on aina kotiin päin pitkällä aikavälillä, *koska jos jokin on varmaa, niin se* että inflaatio syö talletustilillä makaavan rahan arvoa jatkuvasti. (DBj.)

Oman käsityksen lausumisella pankkien asiantuntijat tulkitsevat ja selittävät talouden ilmiöitä ja tuovat ilmi seurauksia. Yllättävän paljon pankkien blogikirjoituksissa käytetään päätelmien ja seurauksien ilmaisemiseen partikkelia *siis*, joka merkitsee väitteen puhujan päätelmäksi. Näissä ilmauksissa kuvataan ensin asian tilaa tai ilmiötä ja sen jälkeen *siis* merkitsee sen seurausta. Partikkeli toimii kirjoituksissa sekä päättelyn merkinä että merkitsemässä edellä esitetyn tarkennusta. (VISK § 807, § 1043, § 1132, § 1557.)

104) Korkojen laskiessa entisellä kuukausierällä voi lyhentää enemmän lainaa. Lyhentämisen sijaan jopa 60 000 kotitaloutta on kuitenkin intoutunut ottamaan vuosittain lyhennysvapaa. Lainoja *siis* jätetään lyhennettäväksi ajalle, jolloin korot ovat korkeammat. (NOe.)

Kuten esimerkki 104 havainnollistaa, *siis*-rakenteella kirjoittajat selittävät ja tulkitsevat asioiden seurauksia omin sanoin ja tähdentävät merkityksiä lukijalle. Rakenne toisaalta tekee merkitysten tulkinnan helpommaksi diskurssiyhteisön ulkopuolelta tulevalle, mutta toisaalta joissain kohdin oman käsityksen lausumisen *siis*-partikkelilla voi tulkita yksinkertaistavaksi tai holhoavaksi. Kun asioita ”väännetään rautalangasta”, tekstiin rakentuu oletettu lukija, joka tietää ja ymmärtää taloudesta paljon kirjoittajaa vähemmän.

Siis-partikkelia käytettiin myös ilmaisemaan kirjoittajan omaa kantaa imperatiivimuotoisissa virkkeissä. Useissa teksteissä, kuten esimerkissä 105, *siis* toimii siltana kirjoittajan havainnon ja siitä

tehdyn päätelmän välillä. Vaikka imperatiivimuotoiset väitteet ovat yleensä yksiäänisiä, *siis*-sanan vaikutuksesta tulkitsen imperatiivin näissä tapauksissa oman käsityksen lausumiseksi.

105) Naisten käyttäytymistä kuitenkin leimaa turha vaatimattomuus omista kyvyistä – nyt on *siis* aika löytää se sisäinen Warren Buffett ja luottaa omiin kykyihin sijoittajana! (DBe.)

Kolmas oman kannan osoittamisen keino on kannattaminen. Kannattamisessa kirjoittaja ilmaisee olevansa yhtä mieltä ulkoisen äänen tai lähteen kanssa. Usein kannattaminen ilmenee asenteellisesta referointiverbistä, kuten *on osoittanut* tai *todistaa*. Se on mahdollista ilmaista myös eksplisiittisen subjektiivisesti, kuten esimerkissä 106, tai ottamalla arvottavasti kantaa ulkopuolisen äänen väitteeseen, kuten esimerkissä 107. Esimerkki 107 on siinäkin mielessä kiinnostava, että kannattamisen ilmaus esiintyy tekstissä vasta ulkoisen äänen, OECD:n, väitteiden jälkeen. OECD:n väitteet esitetään neljässä virkkeessä, joista yhdestäkään ei käy ilmi, ettei ääni ole kirjoittajan. Lukija siksi olettaa aluksi väitteiden olevan kirjoittajan omia. Rakenne vahvistaa kirjoittajan sitoutumista ja lähteen kannattamista.

106) *Allekirjoitan sen*, mitä Jasminkin aiemmin jo kertoi – kannattaa ehdottomasti kuunnella muiden kysymykset, niistä oppii paljon. (OPe.)

107) *Näin osuvasti OECD perustelee* sivuillaan hyvän hallintotavan ohjeitaan. (OPh.)

Kuten Mikkonen (2010: 69–70) mainitsee, kannattamisessa kirjoittajan ääni on vakuuttava ja pätevä, koska väitteelle tulee vakuutta myös ulkopuolelta. Kannattaminen rakentaa kirjoittajalle asiantuntijuutta tai auktoriteettia, koska hän osoittaa itsellään olevan pätevyys arvioida muiden väitteitä (mp.).

Olen kategorisoinut kannattamiseksi myös pankin omalle verkkosivulle vievät lähdelinkit niissäkin tapauksissa, joissa kirjoittaja ei leksikaalisin elementein sitoudu kannattavasti lähteeseen. Tulkitsen, ettei oman työnantajan tai oman organisaation sivulle vievää linkkiä voi analysoida neutraaliksi tai etäännyttäväksi lähdemaininnaksi. Samoin olen luokitellut kannattamiseksi lähdelinkit, jotka on merkitty sulkeisiin kirjoittajan tekstin perään ilman, että tekstissä viitataan lähteeseen itse tekstissä: jos lähde on käytetty oman tekstin pohjana ja se on sulautettu osaksi omaa tekstiä ilman etäännyttävää mainintaa, kyse on mielestäni kannattamisesta. Esimerkissä 108 *kuvio 2* tarkoittaa blogin yhteydessä olevaa graafia, jonka alalaidassa lukee lähteenä ”Nordea Markets and Macrobond”. Esimerkin väite esitetään myönteisenä väitelauseena, ja tulkitsen kirjoittajan sitoutuvan väitteeseen ja lähteeseen sulkeiden kautta. Esimerkissä 109 kannattaminen puolestaan tapahtuu tekstin osaksi,

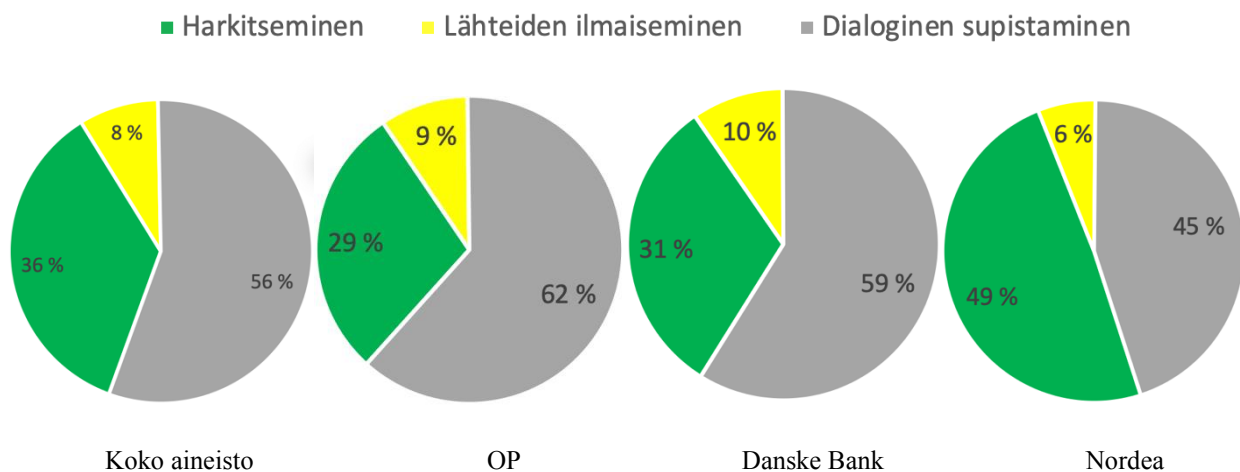
sijoitusrahastot-sanaan, sijoitetulla linkillä. Linkki vie OP:n henkilöasiakkaiden sivuille sijoitusrahastoja esittelevälle alisivulle.

108) Ruotsissa asuntohinnat ovat kasvaneet tämän vuosituhannen tulotaso nopeammin (*kuvio 2*). (NOe.)

109) Maailman ensimmäiset modernit *sijoitusrahastot* näkivät päivänvalon Yhdysvalloissa jo 1920-luvulla, mutta erityisesti 1980-luvulta alkaen rahastot ovat kasvattaneet suosiotaan suuresti. (OPg.)

4.3.3 Dialoginen laajentaminen asiantuntijablogissa

Dialoginen laajentaminen antaa teksteissä tilaa ulkopuolisille äänille, eli se toimii päinvastoin edellä esitettyyn dialogiseen supistamiseen verrattuna. Dialogista laajentamista on pankkien blogikirjoituksissa hieman vähemmän kuin dialogista supistamista – 301 ilmaisua aineiston yhteensä 628 moniäänisestä ilmaisusta on dialogisesti laajentavia. Dialogista laajentamista rakennetaan harkitsemisen ja lähteiden ilmaisemisen keinoilla. Näistä moninkertaisesti yleisempi tapa avata tilaa muille äänille on harkitseminen, joka muodostaa dialogisesta laajentamisesta suurimman osan kaikkien kolmen pankin kirjoituksissa. Yhdessäkään yksittäisessäkään tekstissä ei laajentamista tehdä enemmän lähteiden ilmaisulla. Harkitseminen on myös yleisin moniäänisyyttä rakentava kategoria, ja Nordean teksteissä sitä on jopa enemmän kuin kakkia dialogisesti supistavia merkityksiä yhteensä.



KUVIO 6. Moniääniset merkitykset OP:n, Danske Bankin ja Nordean blogeissa: tarkastelussa dialoginen laajentaminen.

Harkitsemisen merkitysten yleisyys on toisaalta odotuksenmukaista teksteissä, joilta odotetaan ainakin jokin verran talousasioiden spekulointia ja tulevaisuudennäkymien ennustamista. Tästä näkökulmasta voi jopa sanoa, että pankkien blogikirjoituksissa voisi olettaa olevan jopa enemmän harkitsemisen ilmauksia. Liian varmojen ennustusten ja mielipiteiden antaminen voi olla pankkien ja asiantuntijoiden maineelle vaarallista, joten väitteiden jyrkkyyttä luulisi lievennettävän harkitsemisen merkityksillä. Harkitsemisen ilmauksilla asiantuntija voi irrottautua vastuusta ja toisaalta vahvistaa käsitystä, että taloutta ei kukaan vain kykene ennustamaan ja että yhteyksien ymmärtämiseen pystyvät vain harvat asiantuntijat. Katajamäki (2018: 175) toteaa taloussanomalehtien pääkirjoitusten kieltä tarkastelevassa väitöskirjassaan harkitsevien merkitysten rakentavan kirjoittajasta kuvaa ”harkitsevana, ei kiihkoilevasta asiantuntijana, joka tietää omat tietämisensä rajat, sillä taloudessa monet asiat ja varsinkin tulevaisuuden asiat ovat sellaisia, ettei niistä kukaan tiedä”. Tällainen identiteetti olisi odotuksenmukainen myös pankin asiantuntijalle, joten on yllättävää, miten vähän esimerkiksi monessa OP:n ja Danske Bankin tekstissä esiintyy harkitsemisen merkityksiä.

Katajamäki (2018) suomentaa harkitsemisen (engl. *entertain*) *spekuloinniksi*. Olen valinnut käyttää tässä tutkielmassa kuitenkin Mikkosen suomennosta *harkitseminen*, sillä tulkitsemisen aineistostani harkitsemisen ilmaisuja käytettävän kolmeen tarkoitukseen: 1) spekulointiin eli vaihtoehtoisten todennäköisyyksien tai tulevaisuuskuvien pohtimiseen ja esittelyyn, 2) oman epävarmuuden tai tietämyksen rajallisuuden ilmaisemiseen ja 3) kehottamiseen ja suositteluun.

Harkitseminen on subjektiivista kielenkäyttöä, jolla tapahtumia kuvataan ennemmin mahdollisuuksina kuin faktoina – ne ovat avoimena keskustelulle. Sen merkityksiä tuotetaan teksteissä monilla erilaisilla kielellisillä keinoilla, esimerkiksi verbien, adverbien, substantiivien ja kysyvien sivulauseiden avulla. Spekuloiivia harkitsevia merkityksiä käytetään blogikirjoituksissa etenkin silloin, kun kirjoittaja käsittelee sijoitustuottojen potentiaalisia kehityskulkuja tai markkinoiden kehitystä. Tämä on luontevaa ja odotuksenmukaista, sillä kukaan asiantuntija ei voi tietää varmaksi, miten jokin rahasto tai maailmatalous yleisesti tulee kehittymään. Näissä väitteissä keskeistä on aika ja ajan vaikutuksen pohdinta. Esimerkeissä 110 ja 111 kirjoittaja spekuloi vaihtoehtoisia mahdollisuuksia ja käyttää pohdinnassa harkitsemisen merkityksiä. Esimerkin 110 verbi *voida* on aineistossa yleinen ilmaisu, kun pohditaan talouden kehitystä tai sijoitusten mahdollista kasvua. Esimerkissä 111 kirjoittaja taas ilmaisee jo virkkeen alussa kyseessä olevan hypoteettinen tilanne, johon hän ottaa etäisyyttä sekä passiivimuodolla että *jos*-sivulauseella.

110) Korkoa korolle periaatteessa, eli sijoittamalla korot tai osingot aina uudelleen, voi 25-vuotias saada kokoon 100 000 euroa 65 ikävuoteen mennessä vain reilun 50 euron kuukausisijoituksella, jos sijoituksen tuotto nousee osakerahastoissa kohtuulliseen 6 prosenttiin. (DBd.)

111) *Jos oletetaan, että Suomen valtio voisi ottaa rajattomasti velkaa yllä mainitulla korolla, lisävelkaa tarvittaisiin lähes 1900 mrd. euroa. (NOB.)*

Spekuloivia harkitsemisen merkityksiä on aineistossa suhteellisen paljon. Huomattavasti vähemmän on kirjoittajan epävarmuutta tai tietämättömyyttä ilmaisevia harkitsevia merkityksiä. Jos asia on faktisesti mahdollista tietää varmaksi, asia yleensä myös esitetään yksinäisesti tai dialogisesti supistaen – kirjoittajat käyttävät omaa epävarmuutta ilmaisevia harkitsevia ilmauksia vain harvoin. Esimerkeissä 112 kirjoittaja ilmaisee epävarmuuden adverbilla *luultavasti* ja esimerkissä 113 verbillä *lienee*, koska asiasta ei ole varmaa tai tutkittua tietoa. Näin kirjoittajat myös osoittavat perustavansa päättelynsä faktoihin eivätkä esitä asioita totena, jos niistä ei ole varmuutta. Esimerkki 114 puolestaan havainnollistaa aineistossa harvinaista olettamisen tai luulemisen merkitystä.

112) Monille työ on toki paljon muutakin kuin keino ansaita rahaa, mutta kouluttautumalla pystyy *luultavasti* tavoittelemaan tehokkaammin niin kaupallisia kuin muitakin arvoja. (DBi.)

113) Morningstar Inc. on yhdysvaltalainen analyysitalo, jonka tuottama Morningstar Rating eli tutummin Morningstar-tähditys *lienee* globaalisti tunnetuin menetelmä rahastojen tuottokehityksen menestysarvioinnissa. (OPg.)

114) Lyhennysvapaat ovat *varmaan* olleet hyvä lisäruike lamaantuneessa taloudessa vuonna 2015. (NOd.).

Harkitsemisen keinoin ilmaistaan myös lukijaan suuntautuvaa modaalisuutta, esimerkiksi ohjataan, kehoitetaan, pyydetään ja suositellaan erilaisilla direktiiveillä (VISK § 1645; Mikkonen 2010: 68–69). Koska blogien retoriseksi päämääräksi voi usein tulkita pankkien palveluiden ostamiseen suostuttelun tai sijoittamiseen suostuttelun, direktiivit ovat odotuksenmukaisesti yleisiä harkitsemisen keinoja aineistossa. Toisin kuin imperatiivimuotoisissa ilmauksissa, harkitsemisessa lukijalla on mahdollisuus valita myös vastoin kirjoittajan kehotusta, suositusta tai käskyä. Esimerkin 115 voisi ilmaista myös imperatiivimuodossa, mutta harkitsemisen keinoin väitteen sävy on suostuttelevampi eikä niin autoritäärinen.

115) *Ehkä onkin* aika lähestyä vaurastumista toisesta näkökulmasta: samalla kun itse painaa ahkerasti töitä, *kannattaa* laittaa myös ne tilillä makoilevat rahat hommiin eli aloittaa sijoittaminen. (DBj.)

Yksi harkitsemisen ilmausten suurta määrää selittävä ryhmä ovat retoriset ja ekspositoriset eli erittelevät kysymykset. Esimerkissä 116 kirjoittaja esittää retorisen ironisen kysymyksen, johon lukijan pitäisi päättelemällä tietää itsestään selvä vastaus – kirjoittaja ei palaa aiheeseen enää tekstissä. Sävyartikkeli *-han* korostaa retorisen kysymyksen ironista tulkintaa. Esimerkin 117

ekspositorinen kysymys ei kaipaa vastausta mutta ei ole retorinenkaan – se nostaa puheenaiheeksi proposition ja esittää lukijalle aiheesta yhden vaihtoehdon sekä laajentaa tekstin dialogisuutta kutsumalla lukijaa mukaan keskusteluun ja samanmielisyyteen (ks. Martin–White 2005: 105; Heinonen 2016: 47). Esimerkin 118 tekstin väliotsikossa sijaitseva kysymys saa vastauksen tekstissä, eli sitä käytetään tekstin rakenteen jäsentelyssä eikä niinkään retorisena tai vastausta edellyttävänä kysymyksenä.

116) Näistä 74 pienenyhtiöstä 27 yhtiötä on kokonaan vailla analytikkoseurainta, 36 yhtiötä seuraa yksi analytikko ja loppuja seuraa kaksi tai kolme analytikkoa. Tätä voi verrata suuryhtiöiden kuten Nokian, Koneen ja Sammon 25-30 analytikon seurantaan. *Kummastakohan* yhtiöjoukosta sijoittajan on omalla työllä parempi mahdollisuus löytää vielä hinnoittelematonta tuottopotentiaalia? (OPd.)

117) Tehokkaiden markkinoiden hypoteesin mukaan kaikki tarjolla oleva tieto on aina oikein hinnoiteltu markkinoilla, eikä ilmaisia lounaita sijoittajille ole tarjolla. *Tätä taustaa vasten herää kysymys, onko* aktiiviselle osakevalinnalle enää tilaa? (OPd.)

118) *Miten* ilmoittauduin ja valmistauduin? (OPe.)

Kysymys–vastaus-muoto on blogiteksteille yleinen otsikkomuoto, ja käytäntö näkyy myös pankkien blogeissa. Aineiston kolmestakymmenestä tekstistä yhdeksässä on kysymysmuotoinen otsikko. Kysymys–vastaus-muoto luo tekstiin institutionaalisille teksteille tyypillisen päämäärähakuisen vuorovaikutuksen tavan, joka rakentaa tekstiin opettavaisen sävyn ja kirjoittajalle opettajan roolia (Karvonen 1995: 25–26). Oppimistilanteen konteksti antaa lukijalle opetettavan roolin, mikä luo valtasuhteen kirjoittajan ja lukijan välille (Wallace 1992: 60). Opettavaista sävyä rakentavat ja korostavat myös rakenteet, joilla kirjoittaja selittää auki ammattitermejä tai kertoo asiat toisin sanoin.

Yleensä harkitsemisen tavat kasautuvat teksteihin, ja kasautumiseen vaikuttaa myös tekstin aihe. Teksteissä, jonka aihe on pohtia ajankohtaisen ilmiön vaikutuksia tai laskea lapselle sijoitettavan summan kasvuennustetta, spekuloiivia harkitsevia merkityksiä on paljon. Jos taas kirjoituksessa kerrotaan sijoittamisen hyödyistä, tekstissä käytetään todennäköisemmin direktiivejä, kuten ohjeistusta ja kehottamista.

Toinen, paljon vähemmän pankkien blogikirjoituksissa käytetty dialogisen laajentamisen keino on lähteiden ilmaiseminen. Lähteitä voi ilmaista joko neutraalilla lähdemaininnalla tai etäännyttävällä lähdemaininnalla. Kumpaakin käytetään pankkien blogikirjoituksissa yllättävän vähän. Neutraalien lähdemainintojen määrää on vaikea laskea tarkkaan, sillä samassa tekstissä voi esiintyä virkkeitä, joissa kannatetaan lähdettä, ja virkkeitä, joissa se mainitaan neutraalisti. Usein näihin neutraaleihinkin lähdemainintoihin heijastuu asenteita joko kannattamisesta tai tekstin muista sitoutumisen ja arvottamisen merkityksistä.

Niissä muutamassa kymmenessä väitteessä, joissa neutraaleja lähdemainintoja hyödynnetään, viitataan usein tutkimuksiin, tutkimuslaitoksiin ja yleisesti taloudessa tunnettuihin teorioihin (pankkien omat tutkimukset ja kyselyt olen tulkinnut kannattamiseksi). Ne tuovat kirjoittajalle lisää uskottavuutta ja auktoriteettia – sekä joillekin teksteille uutisarvoisen aiheen, kuten esimerkin 119 tutkimus. Ystävien, kollegoiden, perheen tai talouden alan ulkopuolisten julkisuuden henkilöiden väitteitä ei käytetä neutraaleissa lähdemaininnoissa, vaan niissä harvoissa tapauksissa, kun heihin viitataan, maininta on yleensä kannattava tai etäännyttävä. Yleensä neutraali viittaus lähteeseen merkitään *mukaan*-postpositiolla, kuten esimerkeissä 119 ja 120, mutta myös muita neutraaleja referointiverbejä käytetään (esimerkki 121).

119) *Bank of America Merrill Lynchin tutkimuksen mukaan* 54 prosenttia aktiivisista varainhoitajista on voittanut Russell 1000 -vertailuindeksin alkuvuonna 2017 Yhdysvalloissa. (NOa.)

120) *Monen tutkimuksen mukaan* minää tukeva ajatusvinouma on vielä selvästi voimakkaampi miehillä kuin naisilla, mikä johtaa liialliseen itsevarmuuteen. (DBe.)

121) *Käyttätymistaloustieteenä kutsuttu taloustieteen suuntaus korostaa* psykologisten tekijöiden, kuten tietojenkäsittelykyvyn rajallisuuden ja tunteiden, huomioimisen tärkeyttä valintoja selitettäessä. (DBb.)

Etäännyttävä lähdemaininta on kaikkein vähiten pankkien blogikirjoituksissa käytetty moniäänisyyden ilmaus. OP:n teksteissä sitä ei esiinny ollenkaan. Niissä tapauksissa, joissa etäännyttävää lähdemainintaa käytetään, lähteen nimeen viitataan vain epämääräisesti tai maininta rakentaa tekstiin huumoria. Esimerkeissä 122–125 havainnollistuvat etäisyyden ottamisen monet ja tulkinnanvaraiset keinot: Esimerkissä 122 verbivalinta *epäillä* ohjaa tulkitsemaan, että kirjoittaja ei välttämättä jaa puolison näkemystä. Tekstin sävy on yleisesti kevyt ja rento, mikä ohjaa tulkitsemaan esimerkin virkkeen humoristisesti. Esimerkin 123 ilmaus *omasta mielestä* antaa myös ymmärtää, että kirjoittaja ei jaa väitteen ”monen suomalaisen” ajatusta. Esimerkissä 123 etäisyys rakentuu *mielikuvan* sanavalinnan ja konditionaalimuotoisen *kuuluisi*-sanana yhdistelmällä. Arvottava sanavalinta *lakoninen* puolestaan ilmaisee esimerkissä 25, että kirjoittaja piti lähteen kommenttia negatiivisena eikä kannata sitä.

122) *Puolisoni epäili*, että yritän pitää hengissä koko Suomen kyläkauppoja kalliilla ja tarpeettomilla pikkuostoksillani. (DBf.)

123) Melko moni suomalainen ei kuitenkaan ole vielä aloittanut sijoittamista, ja suurimmaksi syyksi kerrotaan se, että ei ole ylimääräistä rahaa tai *omasta mielestä* taidot eivät riitä aloittamaan sijoittamista. (DBj.)

124) *Joskus törmää mielikuvaan*, että sijoittaminen *kuuluisi* vain hyvätuloisille, ja sillä on myös hiukan kylmä ja ahne leima, vaikka se on yhtä lailla avain omien unelmien toteuttamiseen ja taloudellisten riskien hallintaan myös pienituloisella. (NOf.)

125) *Lakoninen kommentti* soi korvissani: ”En kuitenkaan tule saamaan mitään eläkettä eikä minulla ole ketään, jonka kanssa suunnitella talouttani.” (DBa.)

Yksi syy etäännyttävän lähdemaininnan vähyyteen pankkien blogeissa voi olla se, että blogeilla haetaan enemmän konsensusta kuin konfliktia. Muihin lähteisiin ei haluta ottaa negatiivisesti kantaa etenkin eksplisiittisesti.

4.3.4 Asiantuntijan itse nimeämät roolit ja lukijan puhuttelu pankkien blogeissa

Sitoutumisen ilmaisujen lisäksi tekstiin voi konstruoida kirjoittajaa, lukijaa ja muita henkilöitä muun muassa persoonapronomineilla ja puhuttelulla. Pankkien blogikirjoituksissa 1. persoonan persoonapronominien käyttö vaihtelee paljon teksteittäin siten, että OP:n ja Danske Bankin teksteissä *me-* ja/tai *minä*-pronomini on käytössä kaikissa paitsi yhdessä tekstissä ja Nordean teksteissä vain kolmessa on käytössä jompikumpi. OP:n kirjoituksissa *me*-pronominilla viitataan useimmiten OP:n henkilökuntaan, kun taas Danske Bankin kirjoituksissa sitä käytetään myös viittaamaan laajemmin diskurssiyhteisön jäseniin. Pronominilla on näissä kohdissa yleistävä funktio, eikä sen voi nähdä rakentavan rajattua ryhmää – *me*-pronominin tarkoitteena ovat ikään kuin kaikki suomalaiset (ks. Pälli 2003: 102–104). Joskus mahdollinen on myös tulkinta, jossa *me* ei sisällä kirjoittajaa itseään (ks. esimerkki 78). Kotekstikaan ei aina anna viitteitä siitä, keihin kaikkiin *me*-pronominilla viitataan – kirjoittajan lähipiiriin, pankin työntekijöihin, lukijoihin ja asiantuntijaan vai näihin kaikkiin. Pronomineilla rakennetaan subjektiivisuutta, mutta subjektiivisuus rakentuu toisaalta pääasiassa yksinäisesti – se ei avaa tilaa muille äänille tai kutsu keskustelemaan vaan enemmän toteaa asiantuntijan tai pankin kantoja subjektiivisesti (vrt. Koskinen 2014: 136–138).

Teksteissä, joissa kirjoittaja identifioituu pankin asiantuntijaksi viittaamalla itseensä *me*-muodolla tai joissa kirjoittaja kertoo suoraan pankin toimintaan liittyviä asioita, äänensävy on keskimääräistä yksinäisempi. Epävarmuutta tai moniäänisyyttä ei siten ilmaista pankkina tai pankin organisaation edustajana vaan teksteissä, joissa asiantuntija puhuu subjektiivisesti omalla äänellään.

Muutamassa kirjoituksessa asiantuntija viittaa itseensä essiivimuotoisella ammattinimikkeellä tai jollain muulla keinoin nimeää itsensä suhteessa työnkuvaansa (esimerkki 126), osaamiseensa (esimerkki 127), asemaansa (esimerkki 128) tai ammattiinsa (esimerkki 129) ja näin rakentaa identiteettiään tekstissä eksplisiittisesti.

126) Omaan elämään mahtuu myös erilaisia perhesuhteita, ja juristina minulla joskus käykin mielessä, että yllättävän vähän ihmiset kysyvät neuvoja parisuhteiden taloudellisista asioista ennen kuin ovat jo eroamassa tai puoliso kuolee. (DBa.)

127) Tästä syystä puolipakotin mukaan myös aviomieheni, etten olisi ainoa noviisi paikalla. (OPa.)

- 128) Finanssialan verotaustaryhmän työskentelyyn osallistuneena olen tyytyväinen työryhmän esityksiin. (DBg.)
129) Koska olen töissä pankissa, en malta olla puhumatta lopuksi hieman sijoittamisesta. (DBb.)

Pankki-instituutio ei asetu puhujaksi kuin harvassa tekstissä. Danske Bankin ingresseissä kirjoittajat usein esitellään pankin ääneksi tulkittavan kolmannen osapuolen äänellä. OP:n teksteissä esittely tehdään vaihtelevasti kirjoittajan omalla äänellä 1. persoonassa ja vaihtelevasti pankin äänellä. Kummankin pankin esittelyissä kerrotaan asiantuntijan nimi ja ammattinimike tai rooli pankissa, mikä myös rakentaa heti tekstin alkuun kirjoittajalle asiantuntijan roolia. Muutamassa Nordean kirjoituksista tällainen ulkopuolinen pankin äänellä tehty esittely on tekstin lopussa, ja se rakentaa samalla tavalla asiantuntijalle auktoriteettia. Toisaalta Nordean tekstien lopussa kirjoituksen tekijään viitataan myös etunimellä (esimerkiksi *Janin viimeisimmät kirjoitukset*, NOd), mikä rakentaa asiantuntijasta tuttavallista kuvaa. Näissä Nordean kirjoituksissa tekstissä ei itsessään käytetä kovinkaan subjektiivista kieltä, mikä on osittain ristiriidassa tuttavallisuuden kanssa.

Lukijoita puhutellaan teksteissä suoraan vaihtelevasti. Eniten puhuttelua käyttää Danske Bank, jolla esiintyy sitä myös otsikoissa (DBa, DBc, DBe ja DBf). Niissä teksteissä, joissa puhuttelua käytetään, äänensävy rakentuu subjektiivisemmaksi siitä huolimatta, että 1. persoonan persoonapronomineja ei käytettäisi. OP ja Danske Bank käyttävät puhuttelua kumpikin vain parissa tekstissä. Lukijoita ei nimetä ja siten oletettujen lukijoiden joukkoa rajata kuin yhdessä Danske Bankin tekstissä, jossa otsikko kuuluu *Nainen, sisälläsi asuu pieni Warren Buffett* (DBe).

4.4 Pankin asiantuntijan ääni – kokoavaa tarkastelua ja pankkien vertailua

Tässä luvussa vastaan tutkimuskysymykseen 4: onko tekstiin rakentuvissa äänissä ja rooleissa eroja pankkien välillä ja onko saman blogin alla kirjoitetuissa teksteissä yhtenäinen äänensävy vai eroja yksittäisten kirjoitusten välillä? Tarkastelen ja luokittelen ääniä luvuissa 4.2 ja 4.3 eriteltyjen arvottamisen ja sitoutumisen merkitysten pohjalta äänensävyiksi.

Teksteihin syntyy vuorovaikutuksellisuutta siten, että tekstien sanastolliset ja rakenteelliset keinot rakentavat kirjoittajalle äänen tai identiteetin suhteessa tekstin muihin ääniin sekä identiteetteihin ja siten myös lukijaan (Katajamäki 2018: 76). Pankkien blogikirjoitusten sanastollisia ja rakenteellisia asenteellisuuden ja sitoutumisen ilmaisuja tarkastelemalla saa käsityksen siitä, millainen identiteetti blogeja kirjoittaville asiantuntijoille ja blogien oletetuille lukijoille teksteihin rakentuu.

OP:n, Danske Bankin ja Nordean blogikirjoitusten äänistä on löydettävissä sekä yhtäläisyyksiä että eroavaisuuksia. Arvottamisen suhteen pankeille on yhteistä eksplisiittisen arvottamisen suuri määrä, minkä voi katsoa olevan blogin tekstilajille tyypillistä. Kaikilla pankeilla komposition arvottamisen määrä asia-arvottamisesta on selkeästi suurin, eli teksteissä arvioidaan asioita ennen kaikkea niiden tasapainon, kompleksisuuden, hyödyllisuuden ja hallittavuuden perusteella. Reaktion arvottamisen osuus asia-arvottamisessa on kaikilla pankeilla pieni, vaikkakin OP:n ja Nordean kirjoituksissa reaktion ja sosiaalisen merkittävyyden arvottamisen ilmauksissa on käytännössä olematon. Danske Bank poikkeaa tässä kahdesta muusta, koska sillä sosiaalisen merkittävyyden arvottaminen on selkeästi reaktioon perustuvaa arvottamista yleisempää. Danske Bankin kirjoituksissa on yllättävän paljon inhimillisen toiminnan arvottamista, kun taas Nordean tekstissä arvottaminen keskittyy selkeästi asioihin.

Kaikilla kolmella pankilla tunteeseen ja kirjoittajan affektiiviseen kokemukseen perustuvaa arvottamista on kaikkein vähiten – asiantuntija arvottaa siis havainnoimalla ja päättelemällä, ei tuntemalla. Arvottamisen taustalla on kaikilla blogeilla taloudellisen turvallisuuden ja vakauden, vaivattomuuden sekä järjen ja harkinnan arvot, joiden lisäksi arvottaminen pohjaa länsimaisen kulttuurin sekä talouden alan yleisiin normeihin.

Sitoutumisen keinojen kannalta yhteistä pankeille on yksinäisten ilmaisujen yleisyys. Kaikilla pankeilla yksinäisten ilmaisujen suhde moniäänisiin väitteisiin on noin puolet. Kaikilla pankeilla moniäänisyyden keinoista eniten käytössä on harkitseminen, mutta vain Nordealla dialoginen laajentaminen on yleisempää kuin dialoginen supistaminen. Harkitsemisen ilmauksilla pankkien asiantuntijat ennen kaikkea ilmaisevat spekulointia ja jäsentävät tekstiä, eivät niinkään ilmaise omaa epävarmuuttaan. Asiantuntijat ovat pikemminkin varman tiedon jakajia ja merkitysten tulkkeja kuin keskustelun herättäjiä.

Pankkien välisistä eroista voi tehdä jonkinlaisia yleistäviä tulkintoja – pankin ääni kuuluu eniten OP:n teksteissä, Danske Bank arvottaa eniten ja eksplisiittisimmin sosiaalista merkittävyyttä ja Nordean teksteissä asiantuntijan ääni on vähiten subjektiivinen. Suurimmat erot asiantuntijoille rakentuvista äänistä näkyvät kuitenkin yksittäisten kirjoitusten välillä. Kun teksteihin rakentuvia ääniä tarkastelee, luokittelee ja nimeää äänensävyiksi, tekstien välisiin pienempiin eroihin pääsee paremmin kiinni. Luokittelu auttaa myös kuvailemaan pankkien välisiä eroja. Teksteihin rakentuvat äänensävyt näyttävät olevan pankki-instituutiota enemmän sidoksissa yksittäisiin kirjoittajiin ja tekstien aiheisiin.

Pankkien blogeissa asiantuntijat rakentavat erilaisia ääniä vakuuttaakseen lukijansa. Olen luokitellut ja nimennyt kirjoitusten äänet neljäksi äänensävyksi: 1) spekuloiava analyttikko, 2) varma ohjeistaja, 3) tuttavallinen kanssakokija ja 4) ylpeä asiantuntijaorganisaation edustaja. Äänensävyt eivät ole

jyrkkiä kategorioita vaan jatkumo, jolle sijoittuvat blogikirjoitukset sisältävät äänensävyllä ominaisia piirteitä enemmän tai vähemmän. Jotkin tekstit ovat tulkittavissa yksiselitteisemmin tiettyä äänensävyä rakentavaksi, jotkin kirjoitukset eivät edusta mitään äänensävyä selkeästi.

TAULUKKO 4. Danske Bankin, Nordean ja OP:n blogiteksteissä rakentuvat asiantuntijan äänensävyt.

Asiantuntijan äänensävy	Teksti	Otsikko
Spekuloiva analyytikko	DBb	Thaler ja tekemättä jättämisen hinta
Spekuloiva analyytikko	NOa	Yli puolet aktiivisista varainhoitajista voitti vertailuindeksin
Spekuloiva analyytikko	NOb	Voisiko velkapommi ratkaista Suomen velkaantumisongelman?
Spekuloiva analyytikko	NOd	Korjaus, romahdus vai uusi finanssikriisi?
Spekuloiva analyytikko	NOe	Vuosittain jopa 60 000 kotitaloutta ottaa lyhennysvapaan
Spekuloiva analyytikko	NOi	EKP:n ostojen loppuminen haaste myös Suomelle
Spekuloiva analyytikko	NOj	Vihreät joukkolainat näyttävät suuntaa rahoituksen kehitykselle
Spekuloiva analyytikko	OPc	Karkkikaupassa Moskovassa
Spekuloiva analyytikko	OPf	Keskuspankkijuna etenee tukevasti raiteillaan
Spekuloiva analyytikko	OPg	Viiden vai kolmen tähden rahasto? Mitä Morningstar-tähdet kertovat rahaston menestyksestä?
Spekuloiva analyytikko	OPi	Kehittyvät markkinat eivät ole yhtenäinen sijoitusalue
Tuttavallinen kanssakokija	DBa	Pidätkö tänään tekemiäsi päätöksiä viisaina, kun olet kahdeksankymppinen?
Tuttavallinen kanssakokija	DBf	Puolisoni teki minusta ensiasunnon ostajan – mikä tekee sinusta?
Tuttavallinen kanssakokija	DBh	Äidin ei pidä joutua murehtimaan lapsen aiheuttamaa palkkalovea
Tuttavallinen kanssakokija	DBj	Taloudellisen mielenrauhan metsästäjät
Tuttavallinen kanssakokija	OPe	Ekakertalaisena yhtiökokouksessa, miten meni?
Tuttavallinen kanssakokija	OPj	Millä tolalla ovat suomalaisten sijoituslukutaidot?
Varma ohjeistaja	DBc	Sijoittamisen ympärillä liikkuu paljon myyttejä – oletko sinä valmis vaurastumaan?
Varma ohjeistaja	DBd	Et tarvitse lottovoittoa vaurastumiseen
Varma ohjeistaja	DBe	Nainen, sisälläsi asuu pieni Warren Buffett
Varma ohjeistaja	DBg	Pitkäaikaisen säästämisen tulee olla kannattavaa ilman ikärajoitteita tai veroloukkuja
Varma ohjeistaja	DBi	Vauraus asuu korvien välissä
Varma ohjeistaja	NOc	Aika on rahaa – lapsillemmekin
Varma ohjeistaja	NOf	Lapselle säästäminen on tärkeä osa talouskasvatusta
Varma ohjeistaja	NOh	Anna nuorelle vastuullinen lahja ja parempi taloudellinen tulevaisuus
Ylpeä asiantuntija-organisaation edustaja	NOg	Valtaa ja vastuuta asiakkaiden varoilla
Ylpeä asiantuntija-organisaation edustaja	OPa	Omistajavaikuttaminen on oleellinen osa vastuullista sijoittamista – tässä parhaat palat teemavaikuttamisesta
Ylpeä asiantuntija-organisaation edustaja	OPb	High yield -lainamarkkinan käsikirjoitus: osa 2
Ylpeä asiantuntija-organisaation edustaja	OPd	Pienyhtiöissä riittää osakepoimijalle pengottavaa
Ylpeä asiantuntija-organisaation edustaja	OPh	Miksi hyvä hallinnointitapa on tärkeää ja miten edistämme sitä sijoituskohteissamme?

Spekuloiva analyytikko on yleisin kirjoituksissa rakentuva asiantuntijan äänensävy. Äänensävy on objektiivinen, eikä se viittaa suoraan tai avoimesti omaan subjektiivuuteen *minä-* tai *me-*pronomineilla. Passiivisia, nollapersoonaa ja kieliopillisia metaforia käytetään pankkien blogikirjoituksiin rakentuvista äänensävyistä eniten, mikä luo asiantuntijasta etäistä ja viileää kuvaa. Asiantuntijan identiteetti ei ole kytköksissä pankkiin organisaationa, vaan se rakentuu itsenäisenä ilmiöiden erittelijänä. Spekuloivan analyytikon sitoutuminen on pääasiassa yksiaänistä tai dialogisesti supistavaa. Harkitsemista käytetään tulevaisuuden tai mahdollisuuksien pohtimiseen ja spekulointiin tai jäsentämään tekstin rakennetta erittelevien kysymysten avulla. Asioista puhutaan analyyttisesti ja objektiivisesti. Ulkopuoliset äänet ovat tutkimuksia ja tilastoja; omia tai muiden yksittäisten ihmisten kokemuksia ei käytetä arvottamisen lähteinä.

Spekuloivan analyytikon arvottaminen on enemmän eksplisiittistä kuin vihjaavaa, ja komposition arvottaminen on asia-arvottamisen kategorioista yleisin. Sosiaalista merkittävyyttä arvioidaan jonkin verran muttei merkittävästi. Jos reaktiota arvioidaan, kyseessä on useimmiten ilmiöiden aiheuttamien tavallisten tunteiden esiintuomista ja sen arvottamista, onko tunteisiin aihetta. Omiin tunteisiin spekuloinnissa analyytikko ei perusta asia-arvottamista. Inhimillisen toiminnan arvottamisen merkityksiä on hyvin vähän sen perustella, mitä tämän tutkielman puitteissa havaitsin.

Esimerkki 130 on esimerkki virkkeestä, jossa rakentuu spekuloinnissa analyytikon äänensävy. Asiantuntija kertoo lukijalle passiivimuodolla yleistäen, miltä osakemarkkinoiden viime päivien muutos on tuntunut tai pitäisi tuntua. Hän ei kerro subjektiivisesti, miten hän itse on liikkeen kokenut. Väite esitetään dialogisesti supistavana kiistäen, eikä lukijalle jätetä tilaa keskustelulle. Vaikka reaktion arvottaminen on positiivista, tulkinta rakentuu epäsuorasti: negatiivisen konnotaation sisältämä sana kiistetään.

130) Ainakaan talouskasvun perusteella mitään syytä **suurempaan paniikkiin ei ole** (+reac, t). (NOd.)

Eniten spekuloinnissa analyytikon äänensävyä kuuluu Nordean (5/10) ja OP:n (4/10) teksteissä. Danske Bankin kirjoituksista vain yhdessä on tulkittavissa spekuloinnissa analyytikon äänensävy. Koska pankin ääni on spekuloinnissa analyytikon teksteissä taka-alalla, asiantuntijan auktoriteetti henkilöityy asiantuntijaan itseensä, ei organisaatioon. Asiantuntijan rooli on auktoriteettina kertoa talouden ilmiöistä faktoja ja mahdollisimman varmoja tulkintoja. Spekuloivan analyytikon äänensävy on äänensävyistä autoritäärisin. Se rakentaa tekstiin oletettua lukijaa, joka toisaalta tietää taloudesta vähemmän kuin asiantuntija mutta joka toisaalta tietää taloudesta sen verran, että hän ymmärtää talouden termejä ja peruseräitä.

Varma ohjeistaja on toiseksi yleisin äänensävy pankkien blogikirjoituksissa. Se rakentaa asiantuntijalle kokemukseen ja varmaan tietoon väitteensä pohjaavan opastajan roolia. Varma ohjeistaja arvottaa paljon ja eksplisiittisesti ja etenkin sosiaalista merkittävyyttä: mikä on tärkeää ja lukijan ajan ja vaivan arvoista, mitä kannattaa tai ei kannata tehdä? Kevyen tarkasteluni perusteella myös inhimillistä toimintaa arvotetaan. Spekuloidaan analyytikon tavoin varman ohjeistajan äänensävy on objektiivinen, eikä arvottamista pohjata yleensä subjektiivisiin tunteisiin vaan talouden normeihin.

Varman ohjeistajan äänensävy rakentuu yksiaänisistä ja dialogisesti supistavista väitteistä. Harkitseminen sisältää paljon direktiivejä, kuten *kannattaa* ja *olisi hyvä*. Kehotuksia saatetaan esittää myös huudahdus- tai imperatiivimuodossa. Kun spekuloidaan analyytikko pitää välimatkaa lukijaan, varma ohjeistaja saattaa puhutella lukijaa suoraan.

Esimerkki 131 havainnollistaa varman ohjeistajan äänensävyä. Kirjoittaja erittelee lukijalle, mitkä asiat ovat tärkeitä sijoittamista aloittaessa. Kirjoittaja arvottaa asioiden sosiaalista merkittävyyttä *tärkeä*-sanalla, ja asioiden numerointi luo tekstiin vaikutelmaa opettaja–opetettava-suhteesta. Harkitsemisen ilmauksella *voida* kirjoittaja ilmaisee olevansa tietoinen myös muista päätettävistä asioista, mutta palaa kuitenkin tähdentämään lukijalle omaa varmaa kantaansa arvottavilla ilmauksilla *tärkein* ja *vaikein*. Ilmaus *monille* antaa lukijalle kuvan, että asiantuntijalla on tarpeeksi kokemusta tai tietoa yleistääkseen aloittelevien sijoittajien tyypillisiä ongelmia. Lopussa kirjoittaja puhuttelee lukijaa suoraan ja kehottaa lukijaa imperatiivimuodolla aloittamaan sijoittamisen.

131) **Kolmanneksi tärkein** (+val) päätös on sijoittaa kohteisiin, joiden riski ja tuotto-odotus vastaavat omia tavoitteita. Muitakin päätettäviä asioita *voi* olla, kuten verotehokkuus, mutta **tärkein** (+val) ja monille **vaikein** (–comp) päätös on päätös aloittaa sijoittaminen. *Aloita sinäkin*, olit minkä ikäinen ja tuloinen hyvänsä, jo tänään. (DBd.)

Varman ohjeistajan äänensävy on yleisin äänensävy Danske Bankin blogikirjoituksissa (5/10), ja yleisyytensä vuoksi se myös vaikuttaa Danske Bankin kirjoitusten yleissävyyteen eniten. Nordean teksteissä sitä rakentuu kolmeen kirjoitukseen, ja OP:n kirjoituksissa sitä ei ole lainkaan. Varman ohjeistajan äänensävy rakentaa tekstiin oletettua lukijaa, jolla ei ole paljoa pohjatietoa taloudesta ja joka tarvitsee ja haluaa perusteluja ja eksplisiittistä merkitysten arvottamista. Lukijalle rakentuu siten myös selkeä opettavan rooli.

Kolmanneksi yleisin asiantuntijan äänensävy on **tuttavallinen kanssakokija**. Tuttavallinen kanssakokija perustaa arvottamisen subjektiivisiin kokemuksiin ja voi viitata itseensä *minä*- tai *me*-pronomineilla. Subjektiivisuus on tuttavallisen kanssakokijan äänensävyn selkein piirre, joka erottaa sen muista selvästi objektiivisemmista pankkien äänensävyistä. Asia-arvottamisesta tuttavallinen

kanssakokija arvottaa eniten kompositiota, kuten kaikki äänensävyt, mutta myös sosiaalista merkittävyyttä ja reaktiota arvotetaan. Inhimillisen toiminnan arvottamistakin on. Arvottamista voidaan korostaa asteittaisuuden merkityksillä, kuten *ehdottomasti, hyvin ja pikkuisen*.

Sitoutumisen merkityksistä tuttavallinen kanssakokija käyttää yksiaänisten ilmausten lisäksi sekä dialogisesti supistavaa että dialogisesti laajentavaa moniäänisyyttä. Moniäänisyyden keinoja käytetään vaihtelevasti kirjoituksissa. Äänensävy on keskustelempampi, ja sitä rakennetaan esimerkiksi kysymys–vastaus-rakenteella ja huudahduksilla.

Tuttavallisen kanssakokijan äänensävyä havainnollistaa esimerkki 132. Väliotsikon kysymys ja sitä seuraavan kappaleen ensimmäisen virkkeen huudahduksen sisältävä vastaus luovat tekstiin jutustelevaa ja rentoa sävyä. Kirjoittaja arvottaa yhtiökokousta subjektiivisesti oman kokemuksensa perusteella eksplisiittisesti ja kuvailevasti. Kirjoittaja myös tuo eksplisiittisesti esiin oman roolinsa, ja asettaa itsensä lukijan kanssa tasavertaiseen asemaan, ei statukseltaan korkeammalle talouden asiantuntijaksi.

132) *Kannattiko mennä?* [otsikko] **Ehdottomasti kannattaa** (+val)! Yhtiökokous oli tapahtumana **hieno** (+reac) ja **vaikuttava** (+reac) niin puitteiden, osallistujamäärän kuin tarjoilujenkin osalta. Yhtiökokous on tapaaminen omistajien, johdon ja hallituksen välillä, ja **mahdollisuus** (+val) tällaiselle tavalliselle tallajallekin haastatella ja haastaa yrityksen johtoa. (OPe.)

Kiinnostavaa tuttavallisen kanssakokijan äänensävyssä on se, että sitä esiintyy pääasiassa teksteissä, joiden kirjoittaja tulee muualta pankkiorganisaatiosta kuin talouspuolelta – esimerkiksi viestinnästä. Myöskään esimerkin 132 kirjoittaja ei työskentele ei talousneuvojana tai analytikkona vaan myyntipäällikkönä, toisin kuin esimerkiksi esimerkin 130 kirjoittaja. Perinteiset talouden asiantuntijat eivät siis yleensä arvota omien kokemustensa perusteella tai rakenna tuttavallista äänensävyä. Tuttavallisen kanssakokijan äänensävy rakentaa asiantuntijan kanssa tasavertaista tai lähes tasavertaista oletettua lukijaa. Tuttavallisen kanssakokijan äänensävyä rakentuu eniten Danske Bankin kirjoituksissa (4/10) ja myös OP:n kahteen kirjoitukseen. Nordean blogikirjoituksissa tuttavallisen kanssakokijan äänensävyä ei ole.

Neljäs kirjoitukseen rakentuva äänensävy on **ylpeä asiantuntijaorganisaation edustaja**. Se on äänensävyistä vähiten linjassa blogin tekstilajin perinteisen määrittelyn kanssa. Sen sävy on tiedottavampi kuin muiden äänensävyjen, mikä johtuu toisaalta yksiaänisten väitteiden runsaudesta ja toisaalta organisaation äänen vahvasta kuulumisesta. Organisaatioon ja sen työntekijöihin viittaava *me* kuuluu äänensävyssä selvästi, ja asiantuntija korostaa usein omaa uraansa tai asiantuntijuuttaan myös eksplisiittisesti. Subjektiivisuuden suhteen ylpeä asiantuntijaorganisaation edustaja sijoittuu

luokittelimieni äänensävyjen keskivaiheille. Arvottamista on melko vähän suhteessa muihin pankkien blogien äänensävyihin. Sitoutumisen merkitykset ovat erittäin yksiaänisiä, eikä tilaa muille äänille anneta: moniäänisyys on dialogisesti supistavaa.

Yksi esimerkki ylpeän asiantuntijaorganisaation edustajan äänensäyvystä on tekstin OPa ingressi, joka on esitetty kokonaisuudessaan esimerkissä 133. Kaikki ingressin virkkeet ovat yksiaänisiä myönteisiä väitelauseita, mikä luo tekstiin toteavan ja varman vaikutelman. Kaksi ensimmäistä virkettä sisältää eksplisiittistä arvottamista, ja niiden vaikutuksesta myös viimeisen virkkeen voi tulkita implisiittisesti arvottavaksi: koska sijoituskohteisiin vaikuttamalla sijoittaja voi tukea kestäväää yritystoimintaa ja OP on sijoittajana vaikuttanut useaan yhtiöön, arvottuu myös OP:n toiminta positiiviseksi. Omaan työyhteisöön tai työnantajaorganisaatioon viitataan eksplisiittisesti *olla*-verbin yksikön 3. persoonamuodolla. Kirjoittaja viittaa itseensä yhteisön osana, ei itsenäisenä asiantuntijana.

133) **Kestävällä pohjalla oleva** (+comp) yritystoiminta **tukee** (+comp, t) pitkän aikavälin sijoitustuottoja. Sijoittajalla on **mahdollisuus** (+val) vaikuttaa sijoituskohteisiinsa yhtiökokouksissa äänestämällä, tapaamisissa sekä muun yhteydenpidon kautta. Olemme yhteydenpidon kautta vaikuttaneet useaan kansainväliseen yhtiöön ympäristö- tai veroriskinäkökulmista. (OPa.)

Ylpeän asiantuntijaorganisaation edustajan ääni rakentaa lukijalle pitkälti asiakkaan roolia. Sitä on eniten OP:n teksteissä (4/10). Nordean teksteistä sitä on yhdessä, Danske Bankin teksteissä kyseistä äänensävyä ei ole ollenkaan.

OP:n kirjoituksissa esiintyy yleisyysjärjestyksessä ylpeän asiantuntijaorganisaation edustajan (4/10), spekuloiden analyytikon (4/10) ja tuttavallisen kanssakokijan (2/10) äänensävyjä. Yleistulkinta sen kirjoituksista on siksi vähemmän arvottava, objektiivinen ja institutionaalinen. Kirjoituksiin rakentuu oletettu lukija, joka on todennäköisesti jo OP:n asiakas muttei välttämättä vielä sijoittaja.

Danske Bankin kirjoituksissa esiintyy varman ohjeistajan (5/10), tuttavallisen kanssakokijan (4/10) ja spekuloiden analyytikon (1/10) äänensävyjä, joten sen blogin yleissävy on hyvin arvottava ja suhteellisen rento. Kirjoituksiin rakentuva oletettu lukija on sijoittamisessa vasta aloittelija.

Nordean blogiteksteissä äänensävyt ovat spekuloiden analyytikko (6/10), varma ohjeistaja (3/10) ja ylpeä asiantuntijaorganisaation edustaja (1/10). Nordean kirjoituksissa oletetulle lukijalle rakentuu talousasioista jo ainakin vähän perillä olevan kiinnostuneet lukijan rooli, ja asiantuntijalle rakentuu autoritäärinen ja suhteellisen etäinen tietäjän identiteetti.

5 Päätelmät

Tässä luvussa tarkastelen saamiani tuloksia kokoavasti suhteessa tutkimuskysymyksiin ja hypoteeseihin. Pohdin myös tulosteni valossa sitä, millaisena uskottavuus ja uskottava asiantuntija näyttäytyvät talousyrityksen markkinointiviestinnässä.

Selvitin tässä tutkielmassa OP:n, Nordean ja Danske Bankin verkkosivujen asiantuntijablogeissa rakentuvia äänensävyjä. Äänensävyjen avulla tarkoitukseni oli päätellä, minkälainen rooli asiantuntijoille kielen keinoin rakennetaan. Tutkimuskysymyksiini vastatakseni analysoin pankkien blogikirjoituksia suhtautumisen teorian avulla ja tarkastelin tekstien asennoitumista sekä sitoutumista. Selvitin 1) asiantuntijan arvottamisen subjektiivisuutta, 2) asiantuntijuuden moniäänisyyttä, 3) oletetuille lukijoille rakentuvia rooleja sekä 4) pankkien ja yksittäisten blogikirjoitusten välille rakentuvia eroja. Tutkimuskysymykset eivät ole toisistaan irrallisia, vaan analyysi ja tutkimuskysymykset asettuivat myös limittäin. Aloitan tutkimuskysymyksiin vastaamisen viimeisestä tutkimuskysymyksestä, koska se vaikuttaa kolmeen ensimmäiseen tutkimuskysymykseen vastaamiseen.

Analyysin perusteella pankkien blogeihin rakentuvassa arvottamisessa ja sitoutumisessa ja siten myös äänissä on huomattavia eroja yksittäisten tekstien välillä – saman blogin alla julkaistuissa kirjoituksissa ei ole yhtenäistä äänensävyä. Hypoteesini oli, että moniäänisyyden ja arvottamisen määrä vaihtelee sekä pankkien että yksittäisten blogikirjoitusten välillä, joten tulos on linjassa hypoteesini kanssa.

Olen luokitellut pankkien blogikirjoituksiin rakentuvat äänet neljäksi toisistaan erottuvaksi asiantuntijan äänensävyksi: spekuloiva analyytikko, varma ohjeistaja, tuttavallinen kanssakokija ja ylpeä asiantuntijaorganisaation edustaja. Kaikille äänensävyyille ja siten pankkien asiantuntijoiden äänille yhteistä ovat arvottamisen ja etenkin eksplisiittisen arvottamisen suuri määrä sekä yksiäänisten väitteiden suhteellisen suuri osuus sitoutumisen ilmaisuista.

Ensimmäisen tutkimuskysymyksen kohdalla tavoitteena oli selvittää asiantuntijan arvottamisen subjektiivisuutta sekä sitä, kenen ääni teksteissä kuuluu arvottamisen yhteydessä. Analyysin perusteella subjektiivisimpia arvottavia merkityksiä eli merkityksiä, jotka ovat eksplisiittisesti ja tunnepitoisesti arvottavia ja joihin asiantuntija sitoutuu vahvasti, rakentuu tuttavallisen kanssakokijan ja varman ohjeistajan äänensävyissä. Ylpeän asiantuntijaorganisaation edustajan äänessä arvottamista on kokonaisuudessaan vähemmän kuin muissa äänissä, ja tekijän äänen kuuluminen tekstissä sekä sitoutumisen määrä vaihtelevat. Joskus arvottajaksi voi tulkita myös pankin organisaationa.

Spekuloiva analyytikko arvottaa asioita myös eksplisiittisesti, mutta lähinnä objektiivisesti nojaten talouden yleisiin normeihin. Hypoteesini olivat, että pankkien blogeissa kuuluu usein tekijän ääni, ja että se, kenen ääni tekstistä kuuluu, vaihtelee. Analyysin tulokset ovat siten osittain linjassa hypoteesin kanssa, vaikka subjektiivisuuden aste vaihtelikin kirjoituksissa olettamaani enemmän.

Toinen tutkimuskysymys käsitteli blogeissa rakentuvaa yksi- ja moniäänisyyttä: ovatko kirjoitukset yksi- vai moniäänisiä ja kenen ääneksi teksteissä rakentuva ääni on tulkittavissa? Tulosten perusteella kaikissa blogikirjoituksiin rakentuvissa asiantuntijan äänensävyissä yksiaänisiä väitteitä on huomattavan paljon, noin puolet kaikista väitteistä. Yksiaänisissä ilmauksissa tekijän ääni on lähes poikkeuksetta asiantuntijan oma ääni, ei pankkiorganisaation. Tulos tukee hypoteesiani.

Blogikirjoituksissa kuuluu siis ennen kaikkea asiantuntijoiden oma, yksiaäninen äänensävy, mistä voi myös päätellä, että pankit rakentavat asiantuntijabrändiään ja uskottavuuttaan asiantuntijoidensa ja heidän henkilöbrändiensä kautta. Pankin ääni kuuluu teksteissä vain harvoin. Sitä käytetään esittelemään Danske Bankin ja Nordean sekä osittain myös OP:n asiantuntijat kolmannesta persoonasta, mikä tukee kirjoittajan asemaa asiantuntijana ja auktoriteettina. Pankit siis rakentavat uskottavuutta asiantuntijoidensa kautta, mutta asiantuntijat eivät tukeudu teksteissä organisaatioonsa uskottavuuden tai auktoriteetin saamiseksi. Tuloksesta osittain poikkeaa ylpeän asiantuntijaorganisaation edustajan äänensävy, jossa käytetään myös väitteitä, joissa ääni on tunnistettavissa ainakin osittain organisaation ääneksi.

Moniääninen asiantuntijuus on tulkittavissa pankkien blogikirjoituksissa hieman useammin dialogisesti supistavaksi eli muita ääniä tukahduttavaksi kuin dialogisesti laajentavaksi. Tulkintaa vahvistaa se, että käytetyin dialogisen laajentamisen keino, harkitseminen, koostuu pankkien blogikirjoituksissa usein tekstiä jäsentävistä ekspositorisista kysymyksistä eikä niinkään kirjoittajan epävarmuutta ilmaisevasta harkitsemisesta. Asiantuntija ilmaisee väitteidensä olevan spekuloiivia tai epävarmoja vain sellaisissa tapauksissa, joissa kukaan muukaan ei voi tietää asiaa varmaksi. Yleisiä tällaisia aiheita ovat esimerkiksi sijoitusten kasvun spekulointi ja markkinoiden kehityksen ennustaminen. Toista oman tekstin laajentamisen keinoa, lähteiden ilmaisemista, hyödynnettiin kaikkien äänensävyjen osalta niin vähän, että yksittäisistä esiintymistä ei voi tehdä varmoja tulkintoja tai johtopäätöksiä. Moniäänisyyden ilmentymät ovat siten linjassa hypoteesin kanssa: jos moniäänisyyttä hyödynnetään, se on useammin dialogisesti supistavaa kuin dialogisesti laajentavaa. Ero ei kuitenkaan ollut niin suuri kuin oletin.

Kolmas tutkimuskysymys tarkasteli oletettuja lukijoita, joita blogikirjoituksissa rakentuu. Blogiteksteissä kuuluvat asiantuntijan äänensävyt rakentavat analyysini mukaan teksteille melko erilaisia oletettuja lukijoita. Spekuloivan analyytikon äänensävyllä rakentuva oletettu lukija on

asiantuntijan kanssa tasavertaisin: koska sosiaalisen merkittävyyden arvottamisen sijaan asiantuntija arvottaa ennen kaikkea asioiden rakennetta, tasapainoa ja muuta kompositiota ja asiantuntija käyttää paljon arvioivia muttei arvottavia sanoja, oletetulla lukijalla pitää olla ainakin jonkin verran pohjatietoa taloudesta. Lukijaa ei puhutella eikä hänelle anneta suoria ohjeistuksia. Oletettu lukija on jo sijoittava tai muuten taloudesta kiinnostunut lukija, joka kaipaa asiantuntijalta tulevaisuuden mahdollisuuksien esittelyä ja analyysiä ajankohtaisista ilmiöistä.

Varman ohjeistajan ääni rakentaa oletettua lukijaa, joka ei vielä tiedä taloudesta paljoa eikä vielä sijoita ainakaan säännöllisesti. Asiantuntija puhuttelee lukijaa suoraan ja antaa myös suoria suosituksia, ohjeistuksia ja kehotuksia, myös imperatiivimuodossa. Asiantuntija myös arvottaa paljon sosiaalista merkittävyyttä ja siten kertoo, mikä on taloudessa ja sijoittamisessa tärkeää ja lukijan vaivan sekä ajan arvoista. Oletettu lukija saa siten vahvasti roolin opetettavana, joka kaipaa asiantuntijalta vakuuttelua sekä perustietoa taloudesta ja sijoittamisesta.

Tuttavallinen kanssakokija rakentaa nimityksensä mukaisesti ainakin jossain määrin tasavertaista oletettua lukijaa. Asiantuntija on tietäjän sijaan ennemminkin subjektiivinen kokija, joka arvottaa asioita – tai inhimillistä toimintaa – tunteen ja henkilökohtaisten havaintojen perusteella. Kirjoittaja on teksteissä asiantuntija, koska hän on tai on ollut lukijan kanssa samassa tilanteessa tai koska hän on jo tehnyt jotain, mitä lukija ei – esimerkiksi aloittanut sijoittamisen eläkettä varten tai käynyt yhtiökokouksessa. Oletettu lukija voi siten saada monenlaisia rooleja riippuen siitä, mistä aiheesta asiantuntija kirjoittaa. Joka tapauksessa tuttavallinen kanssakokija rakentaa suhteellisen tasavertaista roolia lukijalle, eikä lukijalla tarvitse olla taloudesta tai blogikirjoituksen aiheesta paljoa taustatietoa.

Ylpeän asiantuntijaorganisaation edustajan äänensävyyn rakentama oletettu lukija on löyhimmin rajattu – parhaiten oletettua lukijaa voisi kuvata pankin asiakkaaksi. Asiantuntija ei arvota teksteissä paljoa, subjektiivisia arvottamisia tai moniäänisiä sitoutumisen ilmaisuja ei käytetä ja teksti on hyvin yksiaänistä, joten oletettu lukija ei rakennu tekstiin vahvasti. Pohjatietoa oletetulla lukijalla ei tarvitse olla taloudesta paljoa mutta kiinnostusta myös pankin toimintaan jonkin verran.

Kaikki äänensävyt rakentavat blogikirjoituksille oletettua lukijaa, joka on lähtötiedoiltaan asiantuntijaa jollain tavoin heikompi. Siten asiantuntija saa opettajan ja lukija opetettavan roolin. Tulos on hypoteesini mukainen: yleistäen kirjoittaja–lukija-suhde ei ole pankkien blogikirjoituksissa kovinkaan tasa-arvoinen. Erot tekstien välillä ovat kuitenkin suuria, eivätkä pankkien blogien asiantuntijoiden äänet rakenna teksteihin niin selkeärajaista ja yhdenmukaista oletettua lukijaa kuin oletin.

Koska eri äänensävyt painottuivat pankkien blogeissa eri tavoin, pankkien välillä blogien yleissävyissä on eroja. OP:n blogissa on eniten ylpeän asiantuntijaorganisaation edustajan ja

spekuloivan analyytikon ääniä, minkä vuoksi blogin yleissävy on objektiivinen, vähemmän arvottava ja melko etäinen. Danske Bankin kirjoitusten yleisimmät äänensävyt ovat varma ohjeistaja ja tuttavallinen kanssakokija, jotka yhdessä rakentavat blogille arvottavan ja rennon mutta myös opettavan sävyn. Nordean äänensävyistä yleisin on spekuloiva analyttikko ja toiseksi yleisin varma ohjeistaja, jolloin blogi yleissävystä rakentuu objektiivinen ja autoritäärinen.

Kaikkien pankkien blogien kirjoitusten lopullisena päämääränä on varmasti pankin liiketoiminnan tukeminen ja brändin rakennus ja osittain myös pankin tuotteiden ja palveluiden ostamiseen suostuttelu. Kirjoitusten lopussa on kuitenkin harvoin selkeitä esimerkiksi imperatiivimuotoisia kehotuksia tai markkinoivia linkkejä. Retorisen päämäärän voikin tulkita olevan suuressa osassa kirjoituksista nimenomaan uskottavuuden rakentaminen tiedon ja näkemysten tarjoamisen kautta. Yksittäisten kirjoitusten tavoitteet eroavat toisistaan – jokin kirjoitus ja äänensävy tarjoaa lisätietoa jo sijoittavalle, toinen taas houkuttelee tuttavallisella kielellä uusia kohderyhmiä. Pankkien kohderyhmä on niin laaja – lähes kaikki yhteiskunnan jäsenet jossain vaiheessa elämää – että myös asiantuntijan uskottavuus tarkoittaa varmasti diskurssiyhteisön ja kohderyhmän jäsenille eri asioita. Erilaiset äänensävyt herättävät luottamusta eri tavoin eri lukijoissa.

Yritysblogien teksteissä tekstilaji ei anna tarkkoja raameja sille, millaisen sosiaalisen roolin asiantuntijan täytyy ottaa tai miten tekstissä pitäisi ottaa lukijat huomioon. Koska roolin sisällä asiantuntija voi siis toimia suhteellisen vapaasti, teksteistä olettaisi myös heijastuvan paremmin tekijän ja työnantajaorganisaation tavoitteet, vaatimukset ja edellytykset – jos niitä on kirjoittajalle annettu tietoisesti tai ei-tietoisesti. Tulokseni osoittaa, että suomalaisten pankkien yritysblogeille ei ole ainakaan vielä syntynyt ominaista äänensävyä ja että pankeissa ei yrityksen sisällä raamiteta asiantuntijoiden kirjoittamista ainakaan kovin tarkkaan.

6 Lopuksi

Suhtautumisen teoria osoittautui toimivaksi teoriaksi ja analyysimetodiksi äänensävyjen tutkimiseen. Tutkielman tulokset pääasiassa tukivat esitettyjä hypoteeseja, mutta analyysimetodin tarkkuuden vuoksi aineistosta sai tehtyä myös yllättäviä havaintoja. Tulosten vertailu muihin tutkimuksiin on vaikeaa, koska suomen kielen alalla tästä aiheesta ja tätä teoriaa hyödyntäen on tehty vasta vähän tutkimusta. Uskon kuitenkin, että tekstien analysointi suhtautumisen teoriaa hyödyntäen tulee yleistymään fennistiikassa juuri teorian tarkkuuden vuoksi.

Tutkielma antaa lisätietoa asiantuntijoiden kielellisistä keinoista ja subjektiivisuudesta, blogin tekstilajin institutionaalisesta käytöstä, talouspuheen demokratisoinnista sekä oletetun lukijan rakentumisesta yritysten teksteihin. Tärkeimpänä tutkimuksen antina pidän kielitieteellistä näkökulmaa, jonka se antaa viestinnän ja markkinoinnin kentällä yleistyneeseen äänensävyjen ilmiöön. Tulokset antavat viitteitä siitä, että pankit eivät ole määritelleet kohderyhmäänsä saati äänensävyään kovinkaan tarkasti. Määrittelemättömyys johtaa tulostenkin valossa helposti blogiin, jossa eri tekstit rakentavat erilaisia oletettuja lukijoita ja siten erilaisia kohderyhmiä. Äänensävyn muotoilu voisi tarjota yrityksille keinon vahvistaa brändiään, lisätä uskottavuuttaan ja erottautua kilpailijoistaan.

Tutkimuksen aineisto oli riittävä tutkimuskysymyksiin vastaamiseen. Aineisto oli ehkä jopa hieman liian laaja esitettäväksi ja analysoitavaksi tämän laajuudessa tutkielmassa. Aineiston laajuuden vuoksi en voinut pureutua subjektiivisuuden, asenteen ja sitoutumisen ilmiöiden taustalla vaikuttaviin ideologioihin ja arvoihin lähes ollenkaan. Pankkien blogeissa rakentuvat ideologiat ja diskurssit olisivatkin mielenkiintoinen jatkumahdollisuus tutkimukselle.

Toinen tutkimuksessa herännyt jatkotutkimusmahdollisuus on inhimillisen toiminnan arvottamisen tutkimus asiakeskeisissä teksteissä. Aineistoni pintapuolisen inhimillisen toiminnan arvottamisen analyysin valossa näyttää siltä, että inhimillisen toiminnan arvottamista on myös asiakeskeisissä institutionaalisissa teksteissä. Olisi mielenkiintoista selvittää, miten inhimillisen toiminnan arvottamisen määrä vaihtelee esimerkiksi toimialoittain tai on vaihdellut ajan saatossa esimerkiksi pankkialalla. Kiinnostavaa olisi myös verrata tutkielmani tuloksia jonkin eri blogigenren tai mediatuotteen äänensävyihin – kuinka erilaisia äänensävyjä esimerkiksi mielipidevaikuttajan lifestyle-blogiin rakentuu? Neljäs kiinnostava polku tutkimuksen jatkamiselle olisi tarkastella tarkemmin eri asiantuntijoiden tai perinteisten alojen ammattilaisten arvottamisen asteittaisuutta ja intensiivisyyden sekä tarkkuuden asteiden rakentamia merkityksiä.

Lähteet

Aineslähteet

Osuuspankin op.media-alusta. Seuraavat blogikirjoitukset:

OPa = Omistajavaikuttaminen on oleellinen osa vastuullista sijoittamista – tässä parhaat palat teemavaikuttamisesta. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa:

<https://op.media/talous/sijoittaminen/omistajavaikuttaminen-on-oleellinen-osa-vastuullista-sijoittamista-tassa-parhaat-palat-teemavaikuttamisesta-4c4f3a0114c04020a568ffc4ed285650>.

OPb = High yield -lainamarkkinan käsikirjoitus: osa 2. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa:

<https://op.media/talous/sijoittaminen/high-yield-lainamarkkinan-kasikirjoitus:-osa-2-d03bb96460af4cb2b70fd8a7a5247d73>.

OPc = Karkkikaupassa Moskovassa. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa:

<https://op.media/search?karkkikaupassa>.

OPd = Pienyhtiöissä riittää osakepoimijalle pengottavaa. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa:

<https://op.media/talous/talous/pienyhtiöissä-riittaa-osakepoimijalle-pengottavaa-f5a8312636784290ae59be7fe3393c12>.

OPe = Ekakertalaisena yhtiökokouksessa, miten meni? [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa:

<https://op.media/talous/sijoittaminen/ekakertalaisena-yhtiökokouksessa-miten-meni-7c1faf289d5b48b5844bc59292c720e5>.

OPf = Keskuspankkijuna etenee tukevasti raiteillaan. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa:

<https://op.media/talous/sijoittaminen/keskuspankkijuna-etenee-tukevasti-raiteillaan-79b88761b56b4e56843c73aebc0d0b02>.

OPg = Viiden vai kolmen tähden rahasto? Mitä Morningstar-tähdet kertovat rahaston menestyksestä?

[Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://op.media/talous/sijoittaminen/viiden-vai-kolmen-tahden-rahasto-mita-morningstar-tahdet-kertovat-rahaston-menestyksesta-80496b97696c48f09152a016065d1620>.

OPh = Miksi hyvä hallintotapa on tärkeää ja miten edistämme sitä sijoituskohteissamme? [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa:

<https://op.media/talous/sijoittaminen/miksi-hyva-hallinnointitapa-on-tarkeaa-ja-miten-edistamme-sita-sijoituskohteissamme-a61e82a4c09a4c7592aeade5b8d7dfe9>.

OPi = Kehittyvät markkinat eivät ole yhtenäinen sijoituskohte. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa:

<https://op.media/talous/sijoittaminen/kehittyvat-markkinat-eivat-ole-yhtenainen-sijoitusalue-17c16fdeb2244b65af8e2fab7e6bf137>.

OPj = Millä tolalla ovat suomalaisten sijoituslukutaidot? [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa:

<https://op.media/talous/sijoittaminen/milla-tolalla-ovat-suomalaisten-sijoituslukutaidot-b3f7f0d56abd4fb2ad0b796f00c63195>.

Nordean Finanssimaailma-blogi. Seuraavat blogikirjoitukset:

NOa = Yli puolet aktiivisista varainhoitajista voitti vertailuindeksin. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa:

<https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/finanssimaailma-blogi-hanna-porkka/2017/2017-09-11-blogi-yli-puolet-aktiivisista-varainhoitajista-voitti-vertailuindeksin.html>.

NOb = Voisiko velkapommi ratkaista Suomen velkaantumisongelman? [Viitattu 6.9.2018.]

Saatavissa: <https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/Jan-von-Gerich/2017/2017-10-28-blogi-voisiko-velkapommi-ratkaista-suomen-velkaantumisongelman-.html>

NOc = Aika on rahaa - lapsillemmekin. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/finanssimailma-blogi-hanna-porkka/2017-11-06-blogi-aika-on-rahaa-lapsillemmekin.html>.

NOd = Korjaus, romahdus vai uusi finanssikriisi? [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/finanssimailma-blogi/Jan-von-Gerich/2018-02-06-blogi-korjaus-romahdus-vai-uusi-finanssikriisi.html>.

NOe = Vuosittain jopa 60 000 kotitaloutta ottaa lyhennysvapaan. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/finanssimailma-blogi/Aki-Kangasharju/2018-02-16-blogi-vuosittain-jopa-60000-kotitaloutta.html>.

NOf = Lapselle säästäminen on tärkeä osa talouskasvatusta. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/News-fi/2018/2018-02-28-blogi-lapselle-saastaminen-.html>.

NOg = Valtaa ja vastuuta asiakkaiden varoilla. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/News-fi/2018/2018-03-05-blogi-valtaa-ja-vastuuta-.html>.

NOh = Anna nuorelle vastuullinen lahja ja parempi taloudellinen tulevaisuus. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/finanssimailma-blogi/2018-05-25-anna-nuorelle-vastuullinen-lahja.html>.

NOi = EKP:n ostojen loppuminen haaste myös Suomelle. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/finanssimailma-blogi/Jan-von-Gerich/2018-06-12-blogi-ekpn-ostojen-loppuminen-haaste-myos-suomelle.html>.

NOj = Vihreät joukkolainat näyttävät suuntaa rahoituksen kehitykselle. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://www.nordea.com/fi/media/uutiset-ja-lehdistotiedotteet/finanssimailma-blogi/2018-06-18-blogi-vihreat-joukkolainat.html>.

Danske Bankin blogialusta. Seuraavat blogikirjoitukset:

DBa = Pidätkö tekemiäsi päätöksiä viisaina, kun olet kahdeksankymppinen? [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://danskebank.fi/sinulle/elamantilanteeni/tyoelamassa/tyoelama/pidatko-tekemiasi-paatoksia-viisaina-80-vuotiaana>.

DBb = Thaler ja tekemättä jättämisen hinta. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://danskebank.fi/sinulle/artikkelit/10/thaler-ja-tekematta-jattamisen-hinta>.

DBc = Sijoittamisen ympärillä liikkuu paljon myyttejä – oletko sinä valmis vaurastumaan? [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://danskebank.fi/sinulle/artikkelit/2018/01/oletko-sina-valmis-vaurastumaan>.

DBd = Et tarvitse lottovoittoa vaurastumiseen. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://danskebank.fi/sinulle/artikkelit/2018/02/et-tarvitse-lottovoittoa-vaurastumiseen>.

DBe = Nainen, sisälläsi asuu pieni Warren Buffett. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://danskebank.fi/sinulle/artikkelit/2018/03/nainen-sisallasi-asuu-pieni-warren-buffett>.

DBf = Puolisoni teki minusta ensiasunnon ostajan – mikä tekee sinusta? [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://danskebank.fi/sinulle/artikkelit/2018/04/blogi-puolisoni-teki-minusta-ensiasunnon-ostajan-mika-tekee-sinusta>.

DBg = Pitkäaikaisen säästämisen tulee olla kannattavaa ilman ikärajoitteita tai veroloukkuja. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://danskebank.fi/sinulle/artikkelit/2018/05/pitkaaikaisen-saastamisen-tulee-olla-kannattavaa-ilman-ikarajoitteita-tai-veroloukkuja>.

DBh = Äidin ei pidä joutua murehtimaan lapsen aiheuttamaa palkkalovea. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <https://danskebank.fi/sinulle/artikkelit/2018/05/aidin-ei-pida-joutua-murehtimaan-lapsen-aiheuttamaa-palkkalovea>.

DBi = Vauraus asuu korvien välissä. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa:
<https://danskebank.fi/sinulle/artikkelit/2018/05/vauraus-asuu-korvien-vaelissae>.

DBj = Taloudellisen mielenrauhan metsästäjät. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa:
<https://danskebank.fi/sinulle/artikkelit/2018/06/blogi-taloudellisen-mielenrauhan-metsastajat>.

Muut lähteet

An Introductory Course in Appraisal Analysis. [Verkkodokumentti. Viitattu 4.11.2018.] Saatavissa:
<http://www.grammatics.com/appraisal/appraisalguide/framed/frame.htm>.

Appraisal and Journalistic Discourse. [Verkkodokumentti. Viitattu 2.11.2018.] Ote teoksesta R. Iedema, S. Feez & P. R. R. White 1994: *Media Literacy*. Disadvantaged Schools Program, NSW Department of School Education, Sydney. Saatavissa: <http://www.grammatics.com/appraisal/media/medialit-appraise.pdf>.

Baker, Paul – Ellece, Sibonile 2010: *Key Terms in Discourse Analysis*. GBR: Continuum International Publishing, Lontoo.

Cambridge Dictionary: I'm not saying... but... Cambridge University Press, 2008. [Verkkosanakirja. Viitattu 24.4.2019.]

Danske Bankin ydin -sivu. [Verkkojulkaisu. Viitattu 11.11.2018.] Saatavissa:
<https://danskebank.com/fi/tietoa-pankista/ydin#t1>.

Delin, Judy 2005: Brand Tone of Voice: a linguistic analysis of brand positions. – *Journal of Applied Linguistics* 1 (2), s. 1–44.

Fairclough, Norman 1992: *Miten media puhuu*. Suom. Virpi Blom ja Kaarina Hazard. Toinen painos. Vastapaino, Tampere.

Halliday 1976 [1973]: *Explorations in the functions of language*. Arnold, Lontoo.

Hasan, Ruqayia 1996: *Ways of saying. Ways of meaning. Selected papers of Ruqayia Hasan*. Toim. Carmel Cloran, David Butt ja Geoffrey Williams. Cassell, Lontoo.

Heikkinen, Vesa 2000a: Teksteihin tunkeutuvat todellisuudet. – *Teksti työnä, virka kielenä*, s. 116–214. Toim. Vesa Heikkinen, Pirjo Hiidenmaa ja Ulla Tiililä, Ulla. Gaudeamus, Helsinki.

— 2000b: Konvention kentillä – kertomuksia kielitöistä. – *Teksti työnä, virka kielenä*, s. 267–296. Toim. Vesa Heikkinen, Pirjo Hiidenmaa ja Ulla Tiililä, Ulla. Gaudeamus, Helsinki.

— 2012a: Konteksti. – *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja*, s. 88–93 Toim. Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä ja Mikko Lounela. KKKJ 169. Gaudeamus Oy, Helsinki.

- 2012b: Teksti. – *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja*, s. 59–66. Toim. Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä ja Mikko Lounela. KKKJ 169. Gaudeamus Oy, Helsinki.
- 2012c [2004]: Tekstin kanssa. Kohti kielitieteellisen (kon)tekstintutkimuksen yleismallia. Kotimaisten kielten keskus, Helsinki. [Viitattu 18.10.2018.] Saatavissa: http://www.kotus.fi/files/864/heikkinen_konteksti.pdf.
- Heikkinen, Vesa – Voutilainen, Eero 2012: Genre – monitieteinen näkökulma. – *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja*, s. 17–47. Toim. Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä ja Mikko Lounela. KKKJ 169. Gaudeamus Oy, Helsinki.
- Heinonen, Mira-Maria 2016: *Äitiyskeskustelun paikka. Kirjoittajien suhtautuminen vauvakuume-keskusteluketjuun ja sen sisällä tapahtuvaan toimintaan Suomi24.fi:n keskustelupalstalla*. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä.
- Herring, Susan C. – Scheidt, Lois Ann – Wright, Elijah – Bonus, Sabrina 2005: Weblogs as a Bridging Genre. – *Information Technology & People* 18 (2) 2005. [Viitattu 14.4.2019.] Saatavissa: https://www.researchgate.net/publication/220436990_Weblogs_as_a_bridging_genre.
- Hunston, Susan – Thompson, Geoff 2001: Evaluation: an introduction. – *Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse*, s. 1–27. Toim. Susan Hunston ja Geoff Thompson. Oxford University Press, New York.
- Hyland, Ken 2002: Authority and invisibility. *Journal of Pragmatics* 2002, 34, s. 1091–1112. DOI: 10.1016/S0378-2166(02)00035-8. Saatavissa: https://www.researchgate.net/publication/248451925_Authority_and_invisibility.
- Johansson, Marjut – Pyykkö, Riitta 2005: Johdanto: monikielisyys ja kielipolitiikka. – *Monikielinen Eurooppa. Kielipolitiikkaa ja käytäntöä*, s. 9–26. Toim. Marjut Johansson ja Riitta Pyykkö. Gaudeamus, Helsinki.
- Iedema, R. – Feez, S. – White, P. R. R. 1994: *Media Literacy*. Disadvantaged Schools Program, NSW Department of School Education, Sydney.
- Johansson, Marjut – Nuolijärvi, Pirkko – Pyykkö, Riitta 2010: Johdanto. Työelämän kielimaisema asiantuntijatyössä. – *Kieli työssä. Asiantuntijatyön kielelliset käytännöt*, s. 10–23. Toim. Marjut Johansson, Pirkko Nuolijärvi ja Riitta Pyykkö. SKS, Helsinki.
- Juvonen, Riitta 2007: Suhtautumisen systematiikkaa. *Virittäjä* 111 (3), s. 431–435.
- 2011: Toisesta äänestä omaan ääneen. Uskoa-, ajatella-, luulla- ja sanoa-rakenteet ylioppilasaineessa. – *Lukiolaisten äidinkieli. Suomen- ja ruotsinkielisten lukioiden opiskelijoiden tekstimaiset ja kirjoitustaitojen arviointi*, s. 223–254. Toim. Anneli Kauppinen, Hanna Lehti-Eklund, Henna Makkonen-Craig ja Riitta Juvonen. SKS, Helsinki.
- Kantar TNS 2018: *Connected Life*. Saatavissa: <http://connectedlife.tnsglobal.com>.

- Karvonen, Pirjo 1991: Kieliopillinen metafora ja sen vaikutukset tekstissä. – *Kieli, valta ja eriarvoisuus. Kieli 6*, s. 149–165. Toim. Tapani Lehtinen ja Susanna Shore. Helsingin yliopiston suomen kielen laitos, Helsinki.
- Karvonen, Pirjo 1995: *Oppikirjateksti toimintana*. SKS, Helsinki.
- Katajamäki, Heli 2006: Arvottavien merkitysten rakentaminen taloussanomalehden pääkirjoituksissa. – *Erikoiskielet ja käännteoria. VAKKI-symposium XXVI. Vaasa 11.–12.2.2006*, s. 97–108. Toim. Esa Lehtinen ja Nina Niemelä. Vaasan yliopiston käännteorian ja ammattikielten tutkimusryhmän julkaisut nro 33. Vaasan yliopisto, Vaasa.
- 2018: *Tekijän identiteetti taloussanomien pääkirjoituksissa. Pääkirjoitustoimittajan sosiaalisesta roolista tuotettu, tekstistä tulkittu*. Väitöskirja. Vaasan yliopisto, Vaasa.
- KKKJ = Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja.
- Koskinen, Kaisa 2014: Tunteella ja tuttavallisesti: Margot Wallströmin blogi osana Euroopan komission viestintää. – *Kieli verkossa. Näkökulmia digitaaliseen vuorovaikutukseen*, s. 127–147. Toim. Marja-Liisa Helasvuo ym. SKS, Helsinki.
- Leinonen, Anna – Timlin, Saara 2004: Asenteellisesti arvottava lehdistö. – *Lehtikieli tutkimuskohteena*, s. 23–36. Toim. Markku Varis. Oulun yliopisto, Oulu.
- Luukka, Minna-Riitta 2002: M. A. K. Halliday ja systeemis-funktionaalinen kielitiede. – *Kielentutkimuksen klassikoita*, s. 89–124. Toim. Hannele Dufva ja Mika Lähteenmäki. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä.
- Martin, James R. 2003: Beyond exchange: appraisal systems in English. – *Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse*. Toim. Susan Hunston ja Geoff Thompson. Oxford University Press, New York.
- Martin, James R. – Peter R. R. White 2005: *The Language of Evaluation. Appraisal in English*. Hampshire & New York, Palgrave Macmillan.
- Mikkonen, Inka 2010: ”Olen sitä mieltä, että...” *Lukiolaisten yleisönosastotekstien rakenne ja argumentointi*. Jyväskylä Studies in Humanities 135. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä.
- Miller, Carolyn R. – Shepherd, Dawn 2004: Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog. – *Into the Blogosphere: Rhetoric, Community and Culture of the Weblogs*. Toim. Laura Gurak, Smiljana Antonijevic, Laurie Johnson, Clancy Ratliff ja Jessica Reyman. [Viitattu 14.4.2019.] Saatavissa: https://conservancy.umn.edu/bitstream/handle/11299/172818/Miller_Blogging%20as%20Social%20Action.pdf.
- Nordean Keitä me olemme -sivu. [Verkojulkaisu. Viitattu 11.11.2018.]. Saatavissa: <https://www.nordea.com/fi/tietoa-nordeasta/keita-olemme/arvot/>.

Olins, Wally 2003: *On Brand*. Thames and Hudson, Lontoo.

OP:n strategia 2017. [Verkkajulkaisu. Viitattu 11.11.2018.] Saatavissa: <https://op-year2017.fi/strategia>.

Pietikäinen, Sari – Mäntynen, Anne 2009: *Kurssi kohti diskurssia*. Vastapaino, Tampere.

Pälli, Pekka 2003: *Ihmisyhmä diskurssissa ja diskurssina*. Acta Universitatis Tamperensis 910. Tampereen yliopisto, Tampere.

Salmela, Pasi 2012: *Kopulalauseen tyyppin ON HAUSKA KATSELLA PELIÄ merkitys ja käyttö sanomalehtitekstissä*. Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto, Tampere.

Salokanto, Salla 2017: *Kommenttien suhtautuminen blogien lukijapaikkoihin*. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto, Helsinki.

Shore, Susanna 2012: Kieli, kielenkäyttö ja kielenkäytön lajit systeemis-funktionaalisessa teoriassa. – *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja*, s. 131–157. Toim. Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiirilä ja Mikko Lounela. KKKJ 169. Gaudeamus Oy, Helsinki.

SKS = Suomalaisen Kirjallisuuden Seura

Suomen Pankki 2018: Suomessa toimivien luottolaitosten markkinaosuudet. [Verkkajulkaisu. Viitattu 30.10.2018.] Saatavissa: https://www.suomenpankki.fi/fi/Tilastot/rahalaitosten-tase-lainat-ja-talletukset-ja-korot/taulukot/rati-taulukot-fi/markkinaosuudet_luottolaitokset_fi/.

Tainio, Liisa 1993: *Kannanoton tulkinta keskustelussa*. Lisensiaatintutkielma. Helsingin yliopisto, Helsinki.

Virsu, Ville 2012: *Sitouttamisretoriikka yritysviestinnässä*. Väitöskirja. Turun yliopisto, Turku.

VISK = Hakulinen, Auli, Vilkuna, Maria, Korhonen, Riitta, Koivisto, Vesa, Heinonen, Tarja Riitta & Alho, Irja 2004: *Iso suomen kielioppi*. Verkko-versio. SKS, Helsinki. [Viitattu 6.9.2018.] Saatavissa: <http://scripta.kotus.fi/visk>.

Voutilainen, Eero 2012: Rekisteri. – *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja*, s. 70–76. Toim. Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiirilä ja Mikko Lounela. KKKJ 169. Gaudeamus Oy, Helsinki.

Wallace, Catherine 1992: Critical Literacy Awareness in the EFL Classroom. – *Critical Language Awareness*, s. 59–92. Toim. Norman Fairclough. Longman, London.

White, Peter R. R. 2015: *Appraisal Theory*. University of New South Wales, Australia.

Yle 24.8.2017: Antti Rinne pahoittelee puheitaan synnytystalkoista: "Jokainen nainen ja jokainen mies päättää itse, miten tämä asia ratkaistaan". [Verkkoartikkeli. Viitattu 25.4.2019.] Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-9795006>.

Öörni, Eeva 2018: Yrityksen äänensävy voi sitouttaa tai vieraannuttaa. *Kielikello* 1/2018. [Verkkoartikkeli. Viitattu 30.10.2018.] Saatavissa: <https://www.kielikello.fi/-/organisaation-aanensavy-voi-sitouttaa-tai-vieraannuttaa>.