

Kuka vastaa? Metonyyminen tekijyys irtisanomisuutisoinnissa

Talouselämän viestintä
Maisterin tutkinnon tutkielma
Kiiä Koliseva
2013

Kuka vastaa? Metonyyminen tekijyys irtisanomisuutisoinnissa

Tavoitteet

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millaiseksi kokonaisuudeksi yritys hahmottuu irtisanomisia koskevissa tiedote- ja sanomalehtiteksteissä ja millaisiin toimijoihin tai kategorioihin yrityksen nimellä ja siihen viittaavilla sanoilla viitataan. Viittaussuhteita tutkitaan erityisesti metonymian käsitteen avulla. Tutkimuksessa tarkastellaan myös sitä, onko tiedote- ja sanomalehtitekstien välillä eroja metonymioiden käytössä.

Tutkimusaineisto ja -menetelmät

Tutkimusaineisto koostuu matkapuhelinalan sopimusvalmistajan Perloksen pörssitiedotteesta sekä siihen liittyvistä Helsingin Sanomien ja Kauppalehden lehtiartikkeleista vuodelta 2007. Tutkimuksen teoreettisena viitekehysenä on kriittinen diskurssianalyysi, ja sitä avataan Faircloughin (1989 ja 1997) esittämän viestintätilanteen kriittisen analyysin viitekehysten kautta. Tekstitason analyysiin käytetään metonymia-analyysia, jonka avulla etsitään erilaisia käyttötapoja puheelle ”yrityksestä”.

Tulokset

Metonymiat ovat hyvin yleisiä kielenkäyttötapoja puheessa organisaatioista. Metonymioilla voidaan irtisanomisuutisoinnissa usein hämärtää toimijaa, koska sitä ei ilmaista suoraan. Myös päätöksen takana oleva vastuutaho jää epäselväksi. Tutkimuksen aineistosta löytyi neljäntyyppisiä metonymioita: organisaatio jäsenestä, organisaatio tapahtumana, organisaatio laskennallisena kokonaisuutena ja organisaatio paikkana. Metonymiat muodostavat myös monimerkityksisiä kokonaisuuksia toistensa sekä metaforisten ilmausten kanssa.

Avainsanat: metonymia, metafora, kriittinen diskurssianalyysi, yhteiskuntavastuu, irtisanomiset, media

Sisällysluettelo

1 Johdanto.....	3
1.1 Tutkimuksen lähtökohdat ja perustelut.....	3
1.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset.....	4
1.2.1 Tutkimusmenetelmät.....	5
1.2.2 Aineisto	6
1.2.3 Tutkimuksen kulku	6
2 Kriittinen diskurssianalyysi mediatekstien tutkimuksessa.....	8
2.1 Kriittinen diskurssianalyysi teoreettisena viitekehyksenä	8
2.2 Tekstin taso	12
2.3 Diskurssikäytäntöjen taso	12
2.3.1 Kontekstien merkitys tekstin tulkinnassa	13
2.3.2 Vastuu- ja irtisanomisdiskurssit	15
2.3.3 Tekstilajit.....	18
2.4 Sosiokulttuuristen käytäntöjen taso	25
3 Merkityksen muodostuminen.....	27
3.1 Vakiintuneet ja tilanteiset merkitykset.....	27
3.2 Metaforat	29
3.3 Ontologiset metaforat ja personifikaatio	30
3.4 Metonymia.....	31
3.5 Metonymia organisaatiotutkimuksessa.....	33
3.6 Yhteenveto merkityksen muodostumisesta	41

4 Analyysi	42
4.1 Perlos yrityksenä	44
4.2 Perlos jäsenestä.....	47
4.2.1 Johto tekijänä	48
4.2.2 Henkilöstö toimijana	52
4.2.3 Muita toimijoita.....	53
4.3 Perlos tapahtumana	55
4.4 Perlos laskennallisena kokonaisuutena.....	58
4.5 Perlos paikkana	62
4.6 Merkitysten monimuotoisuus	65
4.7 Metafora metonymiaa muovaamassa	67
4.8 Metonymiat tiedotteessa ja uutisissa	70
5 Lopuksi.....	72
5.1 Keskeiset tulokset ja päätelmät	72
5.2 Jatkotutkimusaiheita.....	76
Lähteet	77

1 Johdanto

Olemme viime vuosina saaneet lukea uutisista runsaasti yritysten irtisanomisista sekä yhteistoimintaneuvotteluista. Tämänkaltaisten uutisten virta on kiihtynyt entisestään vuonna 2008 alkaneen finanssikriisin myötä, kun taloudellinen tilanne ja markkinoiden taantuma vaikuttavat niin yritysten kuin koko yhteiskunnankin toimintaan. Yritykset joutuvat sopeuttamaan toimintansa kiristyvän kilpailutilanteen mukaiseksi. Tätä tehdessään yritysten johtohenkilöiden on pohdittava myös sitä, miten nämä joskus vaikeatkin päätökset tuodaan julki. Yritykset varmasti haluavat pitää yllä positiivista yrityskuvaa, mikä voi kuitenkin olla hankalaa irtisanomisuutisten yhteydessä. Vastuun ottaminen päätöksistä ja niiden perusteiden kertominen edesauttavat positiivisen ja vastuullisen vaikutelman luomisessa.

1.1 Tutkimuksen lähtökohdat ja perustelut

Tutkielmani aihe kumpuaa toisesta tutkimuksesta, jossa tutkittiin yleistä vastuudiskurssia mediateksteissä (Hirsto & Moisander 2010). Aineistona tässä tutkimuksessa olivat Helsingin Sanomien ja Kauppalehden lehtiartikkelit Perloksen irtisanomisista vuodelta 2007. Omassa tutkimuksessani käytän näitä samoja lehtiartikleita sekä Perloksen julkaisemaa tiedotetta aiheesta.

Tämän tutkimuksen kohteena on se, miten ”yritys” esitetään mediateksteissä ja mistä tai kenestä oikeastaan puhutaan – johdosta, hallituksesta, työntekijöistä, omistajista vai kenties abstraktimmasta juridisesta tai laskennallisesta kokonaisuudesta. Tällä voi olla vaikutusta siihen, millaisia vastuita, velvollisuuksia ja tehtäviä yritykseen ja sen toimintaan voidaan luontevasti liittää, millaisia odotuksia siihen voidaan kohdistaa ja millaisin kriteerein sen toimintaa voidaan oikeuttaa ja arvioida.

Samalla kun yritykset pitävät yt-neuvotteluja ja lomauttavat tai vähentävät henkilöstöään, ne yrittävät myös rakentaa kuvaa itsestään vastuullisina toimijoina esi-

merkiksi julkaisemalla yhteiskuntavastuuraportteja. Muun muassa Rytkölä (2008) on tutkinut pro gradu -työssään yrityksiä vastuullisina toimijoina yhteiskuntavastuuraporteissa, ja hän toteaaakin, että raportit luovat kuvaa yrityskansalaisesta, joka toimii koko yhteiskunnan hyväksi.

Myös Haapala (2004) on tutkinut pro gradu -työssään irtisanomisdiskurssia vertailemalla yritysten ja sanomalehtien tekstejä. Hänen mukaansa sekä sanomalehdet että yritykset käsittelevät irtisanomisia yrityksen tai osakkeenomistajien näkökulmasta eivätkä niinkään henkilöstön, jota vähennysuutiset yleensä koskevat.

1.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset

Tämän työn tarkoituksena on tutkia, millaiseksi kokonaisuudeksi yritys hahmotuu irtisanomisia koskevissa lehtiteksteissä ja millaisiin toimijoihin tai kategorioihin yrityksen nimellä ja siihen viittaavilla sanoilla viitataan. Viittaussuhteita tutkitaan erityisesti metonymian käsitteen avulla. Metonymia määritellään tarkoitteiden nimenvaihdoksi, jossa kaksi todellisuuden tarkoitetta esiintyy niin tiiviisti yhdessä, että toista tarkoittavaa sanaa aletaan käyttää viittaamaan myös toiseen. Tutkimuksessa tarkastellaan myös sitä, onko tiedote- ja sanomalehtitekstien välillä eroja metonymioiden käytössä. Usein voi olla, että toimittajat ottavat tiedotteet sellaisenaan käyttöön eikä kritiikkiä tiedotteiden sisällöstä juuri esitetä. Toisaalta Hirston ja Moisanderin (2010) tutkimuksessa lehtien välillä oli eroja juuri näkökulman valinnassa, joten on mahdollista, että myös metonymioiden käytössä ilmenee eroja.

Tutkimukseni keskeisimmät tutkimusaiheet voidaan tiivistää seuraaviksi tutkimuskysymyksiksi:

- Mitä yritykseen liittyviä metonymioita teksteistä on löydettävissä?
- Mitä eroja ja yhtäläisyyksiä tekstien välillä on metonymian käytössä?
- Millaisen käsityksen toimijan vastuusta metonyymiset käyttötavat antavat?

Ensimmäiseen kysymykseen liittyy myös se, millaisiin ryhmiin metonymiat voidaan jakaa. Tämä tarkoittaa siis sitä, millaisissa eri käyttöyhteyksissä yritystä ja sen nimeä käytetään ja millaiseen toimijaan ja toimintaan nimi ylipäänsä liitetään. Toinen kysymys liittyy jo edellä mainitsemaani huomioon siitä, onko metonymioiden käytössä vaikutusta sillä, mikä teksti on kyseessä ja missä se on ilmestynyt. Kolmas kysymys kartoittaa sitä, kenelle paikantuu vastuu toiminnasta eli kuka toimii ja millä tavoin tämä vastuu voidaan ymmärtää.

1.2.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimukseni teoreettisena viitekehyksenä on kriittinen diskurssianalyysi, jonka lähtökohtana on lähestyä jotakin sosiaalisen todellisuuden ongelmaa kielenkäyttöä tutkimalla. Viitekehyksen avaamisessa hyödynnän Faircloughin kehittämää viestintätilanteen kriittisen analyysin viitekehystä, joka jakautuu sosiokulttuuristen käytäntöjen, diskurssikäytäntöjen ja tekstin tutkimukseen. Viitekehyksen avulla tekstintutkimuksessa havaitut ilmiöt voidaan liittää osaksi laajempaa merkityksenmuodostamisketjua.

Tekstitutkimusmetodinä käytän puolestaan metonymia-analyysia, jonka avulla etsin erilaisia käyttötapoja puheelle ”yrityksestä”. Metonymia tarkoittaa ilmauksen tai sanan korvaamista toisella, asiaan läheisesti liittyvällä sanalla. Näin yrityksen nimi, kuten Perlos, voi tarkoittaa tekstiyhteydestä riippuen joko henkilökuntaa, johtoa tai esimerkiksi tehdasta.

Cornelissen (2008) on tutkinut metonymian käyttöä puheessa organisaatioista. Tutkimuksensa tuloksena hän luokittelee erilaisia käyttötapoja, jotka ovat myös tämän tutkimuksen pohjana. Cornelissenin mukaan metonymioita käytetään, kun organisaation nimeä käytetään viitattaessa organisaation jäseniin (esim. hallitus, henkilöstö), tuotteisiin, toimitiloihin, osakkeisiin tai yrityksen toimintaan. Cornelissen on tosin rajannut tutkimuskohteensa vain organisaatioiden nimiin, mutta itse aion tutkia kaikkia yritykseen viittaavia sanoja, kuten mm. Rytkölä (2008) on tehnyt.

1.2.2 Aineisto

Aineistoni koostuu matkapuhelinalan sopimusvalmistajan Perloksen pörssitiedotteesta sekä siihen liittyvistä Helsingin Sanomien ja Kauppalehden lehtiartikkeleista vuodelta 2007. Samaa aineistoa ovat käyttäneet tutkimuksessaan myös Hirsto ja Moisander (2010), jotka tutkivat yleistä vastuudiskurssia mediateksteissä.

Tiedote ja artikkelit liittyvät Perloksen ilmoitukseen sen suomalaisten tehtaiden sulkemisesta ja siihen liittyvistä irtisanomisista. Vuonna 2007 Perlos työllisti Suomessa noin 1600 henkilöä ja se oli listattuna Helsingin pörssiin. Nykyään yhtiö on kokonaan taiwanilaisen elektroniikkayhtiö Lite-On Groupin omistuksessa ja yhtiö toimii nimellä Lite-On Mobile.

Perloksen tiedote on julkaistu 15.1.2007. Siinä kerrotaan tulosparannusohjelman käynnistämisestä, vuoden 2006 tuloksen ennakkotiedoista, tehtaiden lakkauttamisista sekä 1400 henkeä koskevien yt-neuvottelujen alkamisesta. Mielenkiintoisen tekstistä tekee se, että sen alussa siinä perustellaan jäljempänä tulevaa tietoa yhteistoimintaneuvotteluista. Toisaalta tekstissä on selkeästi havaittavissa, että siinä katsotaan asioita yrityksen ja sen osakkeenomistajien näkökulmasta. Tämä ekonomistinen näkökulma on huomattavissa myös Kauppalehden artikkeleissa (Hirsto & Moisander 2010). Helsingin sanomien teksteissä on taas keskitytty enemmän työpaikkojen menettämiseen.

1.2.3 Tutkimuksen kulku

Luvussa 2 käsittelen tutkimukseni viitekehyksenä olevaa kriittistä diskurssianaalyyisiä erityisesti mediatekstien näkökulmasta. Tämän lisäksi perehdyn tutkimusaineistooni vaikuttaviin konteksteihin eli diskursseihin ja tekstilajeihin sekä ylemmällä tasolla teksteihin vaikuttaviin sosiaalisen maailman ilmiöihin. Luvussa 3 syvennyn merkityksen muodostumiseen sekä tutkimusmenetelmänäni käyttä-

määni metonymiaan ja sen teorioihin sekä siihen, miten metonymioita on aiemmin tutkittu organisaatiopuheessa. Tämän jälkeen luvussa 4 käyn teorian avulla läpi aineistoani. Luvussa 5 esittelen tutkimukseni loppupäätelmät ja yhteenvedon.

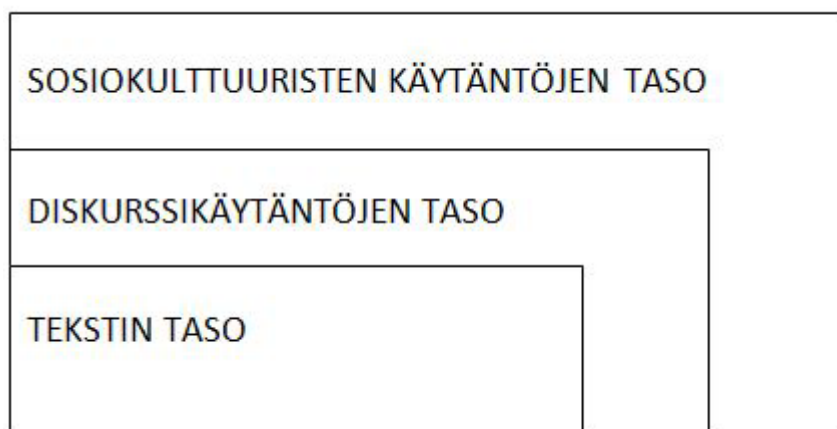
2 Kriittinen diskurssianalyysi mediatekstien tutkimuksessa

Tässä luvussa tarkastelen tutkimukseni pohjalla vaikuttavaa kriittisen diskurssianalyysin viitekehystä erityisesti mediatekstien tutkimuksen näkökulmasta. Käsitelen viitekehystä ensin yleisesti, minkä jälkeen tarkennan huomion tämän tutkimuksen kannalta oleellisiin viitekehysten osa-alueisiin.

2.1 Kriittinen diskurssianalyysi teoreettisena viitekehystenä

Kriittisen diskurssianalyysin lähtökohtana on lähestyä jotakin sosiaalisen todellisuuden ongelmaa kielenkäyttöä tutkimalla. Tunnistamalla erilaisia diskursseja eli kielenkäytön ja esittämisen tapoja voidaan yrittää ymmärtää ongelman luonnetta ja ilmenemismuotoja. Tärkeänä kysymyksenä on nimenomaan se, miksi ja millä vaikutuksella merkityksiä ilmaistaan tietyissä tilanteissa eikä vain se, miten merkitykset rakentuvat kielellisesti. Lisäksi kriittisen diskurssianalyysin pyrkimyksenä on nostaa esiin kielenkäytöllä luotavia valtasuhteita ja epätasa-arvoisuutta. (Fairclough 2003, 209–210; van Dijk 1993 ja 1997; Luukka 2000, 152–153.)

Fairclough (1989 ja 1997) on esittänyt viestintätilanteen kriittiseen analyysiin viitekehysten, joka jakaantuu kolmeen eri tasoon: tekstiin, diskurssikäytäntöön ja sosiokulttuuriseen käytäntöön. Diskurssianalyysi on yritys jäljittää tekstien, diskurssikäytäntöjen ja sosiokulttuuristen käytäntöjen välisiä systemaattisia yhteyksiä kolmen ulottuvuuden kautta: kuvailun, tulkinnan ja selityksen. Viitekehys on esitetty kuvassa 1.



Kuva 1. Faircloughin kriittisen analyysin viitekehys

Tekstianalyysissä käytetään monifunktioista näkökulmaa, ja siinä on tärkeää varsinaisen sisällön analyysin lisäksi se, mitä tekstistä puuttuu. Faircloughin mukaan mediatekstin kielen analysoinnissa ovat oleellisia representaatiot, identiteetit ja suhteet: miten teksti yhtä aikaa representoi maailmaa, rakentaa identiteettejä tekstissä esiintyville tahoille sekä muodostaa suhteita tekstin osallistujien välille. Representaatioiden tutkiminen tarkoittaa sitä, miten media esittää maailman tapahtumia ja yhteiskunnallisia ilmiöitä. Identiteettien tutkimisessa keskitytään siihen, millaisia identiteettejä mediatekstit rakentavat. Journalistisissa teksteissä tämä voi tarkoittaa esimerkiksi toimittajan ja yleisön sekä muiden tekstissä esiintyvien toimijoiden roolien erittelyä. Suhteiden tutkimuksessa tutkitaan sitä, millaisia suhteita eri toimijoiden välille tekstissä rakentuu. (Fairclough 1997, 14, 79–80; Väliiveronen 1997, 29.)

Faircloughin näkemystä vastaa Hallidayn systeemis-funktionaalinen kielioppi, jossa tekstiä tarkastellaan monifunktioisesta näkökulmasta kielen kolmen metafunktion eli merkitystyyppin mukaan: ideationaalisen, interpersonaalisen ja tekstuaalisen. Tämän näkökulman puitteissa tekstit nähdään vaihtoehtojen kokoelmaksi, josta vain jotkin asiat ovat valikoituneet lopulliseen tekstiin. Valintojen ulkopuolelle jää siis vielä suuri joukko vaihtoehtoisia ilmaisutapoja ja merkityksiä. Valintoja tehdään niin kielen mikrotasolla eri kielellisten muotojen ja sanastollisten

vaihtoehtojen välillä kuin myös tekstin tuottamisen ja tulkinnan tasolla lajityypin pohdinnassa. (Väliverronen 1997, 29–30, 80.)

Kirjoittaessaan tekstiä toimittaja tekee kielellisiä valintoja: tietoisia tai tiedostamattomia. Tiettyjä valintoja tekemällä tekstissä voidaan hämärtää toiminnasta tekijä ja vastuu. Näitä ovat esimerkiksi nominalisointi ja passiivilauseen valinta aktiivisen, tekijän ilmaisevan lauseen sijaan. Nominalisoinnissa eli toiminnan ilmaisemisessa substantiivilla verbin sijaan toiminnan osallistujista osa tai jopa kaikki häviävät, jolloin toiminta etäännyy konkreettisista tapahtumista ja tilanteista. Nominalisointi muuttaa tekijän aktiivisen osuuden toissijaiseksi ja passiivisen kohteena olemisen ensisijaiseksi. Voidaan siis myös sanoa, että nominalisoinnissa passiivin häivyttämisen toimijan ohella myös toiminnan kohde jää näkymättömiin. (Fairclough 1997, 144–149; Väliverronen 1997, 27.)

Viitekehyksessä esitetyillä diskurssikäytännöillä tarkoitetaan puolestaan niitä tapoja, joilla toimittajat tuottavat tekstejä, joilla yleisöt ottavat tekstit vastaan sekä tiedotusvälineiden tekstien suhdetta muihin teksteihin yhteiskunnassa. Ne koostuvat siis monista tekstin tuottamisen ja tulkitsemisen tavoista. Diskurssikäytännön kontekstin osat voivat muodostua useista sosiokulttuurisen käytännön tasoista. Ne voidaan jaotella tilannekohtaisiin, institutionaalisiin ja yhteiskunnallisiin tasoihin. Nämä tarkoittavat erityisiä sosiaalisia tilanteita, institutionaalisia viitekehyksiä sekä laajempaa yhteiskunnallista yhteyttä. Diskurssikäytännöt toimivat ikään kuin välittäjinä tekstin ja sosiokulttuurisen käytännön välillä. (Fairclough 1997, 28, 81–85, 104.)

Väliverronen (1997, 27) on todennut, että mediatekstit ovat lukuisten valintojen tulosta, minkä seurauksena toimittajat kuvaavat käsittelemäänsä asioita tietystä näkökulmasta ja tiettyjä toimijoita suosien. Jotkin uutisten tietolähteet jäävät eittämättä toisten varjoon, kun toimittajat suosivat joitakin lähteitä ja heidän tuottamiinsa todellisuuden määritelmiä. Tutkimalla paitsi yksittäisiä sanoja, käsitteitä ja kieliopillisia rakenteita myös esimerkiksi lähdekäytäntöjä ja tekstilajin piirteitä

pyritään löytämään nämä näkökulmat ja paljastamaan kielenkäytön taustalla vaikuttavia ideologioita ja vallankäytön muotoja.

Sosiokulttuuristen käytäntöjen analyysi tapahtuu puolestaan erilaisilla abstraktiotasoilla. Karkeasti tarkastelunäkökulmat voi jakaa kolmeen aspektiin: taloudelliseen, poliittiseen (vallan ja ideologian kysymykset) sekä kulttuuriseen (arvon ja identiteetin kysymykset). Sosiokulttuurisessa analyysissä tutkitaan diskurssityyppien eli useiden genrejen ja diskurssien muodostelmien ilmaantumisen ja vakiintumisen taustalla oleviin valtasuhteisiin liittyviä kysymyksiä, diskurssityyppien mahdollisia ideologisia vaikutuksia sekä sitä, kuinka ne rakentavat yhteiskunnallisia identiteettejä, kulttuurisia arvoja ja niin edelleen. (Fairclough 1997, 85, 91; 1989, 31–32.)

Tämän tutkimuksen kannalta olennaiset viitekehysten osa-alueet olen koonnut kuvaan 2. Seuraavissa luvuissa käsitelen kaikki analyysitasoja omina kohtinaan kustakin aihealueesta käsin.



Kuva 2. Faircloughin kriittisen analyysin viitekehys mukailtuna

2.2 Tekstin taso

Tekstin tasolla tutkitaan jotain kielenkäytön tapaa tai tekstin ilmiötä. Kyse voi olla semanttisesta analyysistä tai kieliopillisesta analyysistä mutta myös virkkeiden suhteesta toisiinsa tai tekstin kokonaisrakenteen analysoinnista (Fairclough 1997, 79). Joka tapauksessa analyysi kohdistuu sekä tekstien merkitykseen että niiden muotoon.

Tässä tutkimuksessa mielenkiinnon kohteena ovat metonymiat ja niiden esiintyminen teksteissä. Metonymialla tarkoitetaan sellaista sanojen nimenvaihtoa, jossa kaksi todellisuuden tarkoitetta esiintyy niin tiiviisti yhdessä, että toista tarkoittavaa sanaa aletaan käyttää viittaamaan myös toiseen. Tutkimusten mukaan (esim. Cornelissen 2008; Markert ja Nissim 2006; Riad ja Vaara 2011) metonymioiden käyttö organisaatiodiskurssissa on hyvin yleistä, sillä usein organisaation nimeä käytetään puhuttaessa jostain muusta kuin yrityksestä itsestään kuten esimerkiksi organisaation työntekijöistä. Tämän tutkimuksen kiinnostuksen alla on siis se, miten irtisanomisuutisoinnissa yritykseen viittaavia sanoja käytetään metonymisesti ja millaisia eri metonymialuokitteluja teksteistä löytyy. Metonymiatutkimusta ja merkityksen muodostumista yleensä käydään tarkemmin läpi luvussa 3.

2.3 Diskurssikäytäntöjen taso

Faircloughin (1989, 24) mukaan diskurssikäytäntöjen tasolla tutkitaan tekstin tuottamisen ja tulkinnan prosesseja. Siinä teksti nähdään prosessin tuotteena tai sen resurssina ja lähteenä. Diskurssikäytäntöjen tasolla tekstejä tarkastellaan myös suhteessa muihin teksteihin, jolloin analyysissä korostuu tekstin konteksti. Tässä tutkimuksessa tutkin aineistoni tekstejä erityisesti suhteessa yhteiskuntavastuu- ja irtisanomisdiskurssisiin sekä uutisen ja tiedotteen tekstilajeihin. Käsittelen ensin kontekstin merkitystä diskurssianalyysin kannalta, minkä jälkeen käyn läpi aineis-

tossani esiintyviä vastuu- ja irtisanomisdiskursseja. Lopuksi tarkastelen aineistoni tekstejä tekstilajianalyysin näkökulmasta.

2.3.1 Kontekstien merkitys tekstin tulkinnassa

Tekstejä ja niiden sisältämiä merkityksiä ei voi tulkita ottamatta huomioon niiden kontekstia. Merkityksiä on mahdoton tutkia vain sanojen tasolla, sillä konteksti vaikuttaa hyvin paljon siihen, miten sana tulkitaan. Kontekstien etsiminen ja määrittely tosin edellyttää tulkintaa, sillä niitä ei voi automaattisesti lukea esiin tekstistä (Väliverronen 1997, 32).

Konteksti liittyy tekstin siihen, missä tilanteessa sitä tulkitaan, käytetään ja hyödynnetään, kuka sen on tehnyt ja mistä syystä sekä millaisella hetkellä se on tehty ja tulkittavissa (Bhatia 2004, 20; Shore ja Mäntynen 2006, 41). Pelkän rakenteen tutkiminen ei siis riitä, vaan teksti on pystyttävä liittämään johonkin laajempaan kokonaisuuteen. Lehtosen (2004) mukaan voidaan jopa sanoa, että teksteillä ei itsessään ole lainkaan merkityksiä, vaan ne saavat niitä lukijan kohdatessa tekstiä eli lukiessaan niitä.

Hiidenmaa (2000) on jaotellut kontekstit kolmeen ryhmään, jotka ovat tekstin ideologinen konteksti eli arvo- ja aatemaailma, jossa tekstin merkitys on mielekäs, lukijan konteksti eli tausta, jossa lukija tekstin lukee, sekä tuottajan konteksti eli se ympäristö, jonka ehdoilla teksti on laadittu. Halliday ja Hasan (1985) ovat näiden lisäksi ottaneet huomioon myös tekstin niin sanotun fyysisen kontekstin eli sen, missä teksti konkreettisesti esiintyy. Uutisen kohdalla tämä voisi esimerkiksi tarkoittaa sitä, että sillä, missä kohdassa lehteä teksti esiintyy, on vaikutusta siihen, miten se tulkitaan.

Väliverronen (1997) on kuvaillut hyvin kontekstin huomioonottamisen toteamalla, että pelkkien tuotteiden tutkimisesta siirrytään tuotteiden tuotannon ja käytön tutkimiseen. Näin ollen tekstintutkimus voi tuottaa myös uusia havaintoja mediasta ja sen tavoista jäsentää todellisuutta ja puhutella yleisöään. Mediatekstit ovat vies-

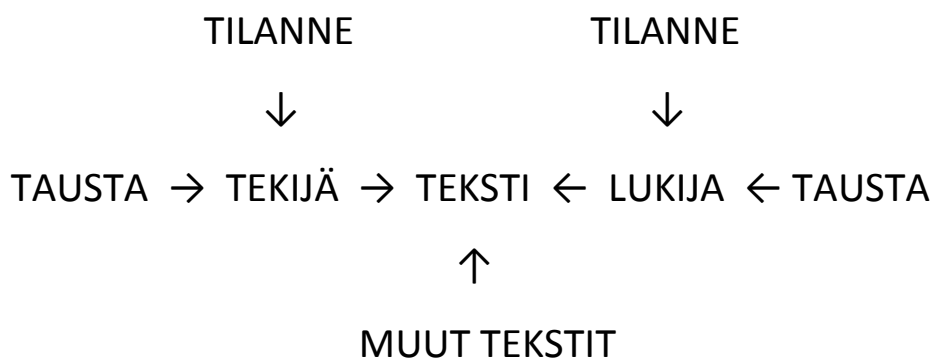
tintäprosessien konkreettisia jälkiä, joiden avulla on mahdollista tutkia tekstien taustalla olevia viestinnän ja merkityksenannon prosesseja. Väliwerrosen mukaan teksteihin jää aina jälkiä niiden tekijöistä, instituutioista, toisista teksteistä, laji-tyypeistä tai oletetuista lukijoista. (Mt. 14–15, 33–36).

Tekstin konteksti voidaan nähdä myös tekstin suhteena muihin teksteihin. Esimerkiksi yksittäinen uutisteksti tuotetaan ja tulkitaan suhteessa muihin vastaavanlaisiin teksteihin ja käsityksiin kyseisestä tekstilajista. Sitä voidaan verrata myös muiden tekstilajien teksteihin, jos ne esimerkiksi esiintyvät samassa yhteydessä tai muilla teksteillä on muuten jotain merkitystä tai yhteyttä tekstiin. Toiset tekstit voivat näkyä esimerkiksi intertekstuaalisuuden kautta. (Lemke 1990; Hiidenmaa 2000.)

Tekstin kontekstia on kuvattu seuraavalla kaaviolla (Lehtonen 2004, 159):

HISTORIALLINEN TAUSTA → TEKIJÄ → KIRJALLINEN TEKSTI → LUKIJA

Tämä kaavio ei kuitenkaan tuo esille tilanteen oikeaa luonnetta, sillä lukijan kontekstia ei oteta siinä lainkaan huomioon. Mielestäni tekstin ulkopuolista kontekstia voisi paremmin kuvata seuraavasti:



Kaavion voi siis nähdä niin, että sekä tekstin tekijällä että sen lukijalla on omat taustatekijänsä tekstin tulkitsemiseen. Taustatekijöinä voidaan pitää esimerkiksi historiaa, instituutioita, yhteiskuntaa, kulttuurisia merkitysjärjestelmiä ja ideologi-

oita sekä kyseisen henkilön omaa arvomaailmaa ja käsityksiä. Tilanne tarkoittaa sitä hetkeä, jolloin teksti tuotetaan tai koetaan. Myös intertekstuaalisuus on otettava huomioon tekstin tulkinnassa.

Viestintätilanteen kriittisen analyysin viitekehyksessä (kuva 1) diskurssikäytännöt ja sosiokulttuuriset käytännöt ymmärretään tekstin konteksteiksi. Diskurssikäytäntöjen analyysiin kuuluu esimerkiksi sen tarkastelu, millaisiin diskursseihin eli kulttuurisiin merkitysten ja arvojen järjestelmiin teksti kytkeytyy. Tehtaiden lak-kauttamista käsittelevissä mediateksteissä keskeisiä diskursseja ovat esimerkiksi vastuu- ja irtisanomisdiskurssit, joita käsitellen seuraavaksi.

2.3.2 Vastuu- ja irtisanomisdiskurssit

Viime vuosina ympäristö- ja yhteiskuntavastuuasiat ovat nousseet pinnalle tärkeinä yritystoimintaan vaikuttavina tekijöinä yhteiskunnallisessa keskustelussa. Yritysten odotetaan kiinnittävän yhä enemmän huomiota toimintansa ympäristöystävällisyyteen ja oikeudenmukaisuuteen. Vastuuta ja vastuullisuutta on myös käsitelty kirjallisuudessa paljon, mutta yhtä kaikenkattavaa määritelmää sille on vaikeaa löytää. Vastuun käsite onkin hyvin laaja-alainen määritelmältään, sillä vastuullisuuden kenttään voidaan nähdä kuuluvan paljon eri asioita.

Jos puhutaan sanasta ”vastuu”, tarkoittaa se Suomen kielen perussanakirjan (2001) mukaan velvollisuutta vastata jostakin asiasta, henkilöstä, toiminnasta tai teosta. Tämän lisäksi vastuu voi olla moraalista, taloudellista tai ammattiin kuuluvaa sekä myös henkilökohtaista, organisaatiokohtaista tai yhteistä.

Nykyisin vallalla olevassa yrityksen yhteiskuntavastuun diskurssissa vastuu jakautuu kolmeen ulottuvuuteen, jotka kaikki tulisi ottaa tasapuolisesti huomioon yritystoiminnassa; nämä ovat ympäristön tila, sosiaalinen hyvinvointi ja taloudellinen varallisuus. Näitä ulottuvuuksia kutsutaan vastuun kolmoistilinpäätökseksi

ja ne tunnetaan myös nimellä triple bottom line. (Lovio ja Kuisma 2004, 18; Rohweder 2004, 98–99.)

Kolmoistilinpäättösmääritelmä perustuu ajatukseen siitä, että ottamalla huomioon taloudellisten lukujen lisäksi myös ympäristö- ja sosiaaliset näkökulmat yritys varmistaa sen, että se nähdään hyvänä ja luotettavana toimijana, jolloin sillä riittää asiakkaita myös tulevaisuudessa. Yhden ulottuvuuden huomioimatta jättäminen horjuttaa myös toisten ulottuvuuksien hallintaa. On kuitenkin huomattava, että usein taloudellinen näkökulma on näistä kolmesta se, joka eniten painottuu vallitsevassa yhteiskuntavastuudiskurssissa. Tätä voidaan perustella esimerkiksi osakeyhtiölailla, jonka 1. luvun 5 §:ssä todetaan, että yhtiö on toiminnastaan ensisijassa vastuussa omistajilleen ja että yrityksen tavoitteena on tuottaa voittoa omistajilleen. Toisaalta vallitseva diskurssi korostaa, että nyky maailmassa juurikin vastuullinen liiketoiminta voi tuottaa parempaa arvoa yritykselle, jolloin osakeyhtiölainkin vaatimus täyttyy. Esimerkiksi Talvio ja Välimaa (2004) ovat todenneet, että yleinen näkemys on, että vastuullisuus ei ole ainoastaan oikein, vaan parhaimmillaan se on myös kannattavaa, jolloin se tukee yrityksen taloudellista tuottavuutta.

Kun yritys kertoo tekemisistään, se myös pyrkii hallitsemaan siitä ulospäin lähtevää kuvaa. Kun yrityksen yhteiskuntavastuu on käsitteenä ja ajattelutapana saanut jalansijaa yhteiskunnassa, yritykset ovat alkaneet oikeuttaa toimintaansa uusin tavoin. Yritykset esimerkiksi yrittävät rakentaa kuvaa itsestään vastuullisina toimijoina julkaisemalla yhteiskuntavastuuraportteja. Rytkölä (2008) tutki pro gradu -työssään sitä, millaista kuvaa yritykset luovat itsestään vastuullisina toimijoina yhteiskuntavastuuraporteissaan. Rytkölä mukaan yritykset tuovat raporteissaan ilmi näkemystä, että vastuullinen liiketoiminta on strategisesti tärkeää ja liiketoiminnan menestyksen kannalta välttämätöntä. Se, vastaako tämä kuva yrityksen todellista toimintaa, on kiinnostava kysymys. Yritykset saattavat kertoa olevansa todella kiinnostuneita yhteiskuntavastuuasioista ja ottavansa ne huomioon päätöksenteossa, vaikka todellisuudessa niitä ei olisi millään lailla integroitu yritysstrategiaan tai muuhun toimintaan (Porter & Kramer 2006, 80–81).

Irtisanomiskeskustelussa on usein viitteitä vastuukäsityksiin ja vastuupuheeseen. Esimerkiksi Riihijärvi (2007) toteaa pro gradu -työssään, että irtisanomiskeskustelussa on selkeä vastakkainasettelutilanne corporate governance -periaatteen eli omistajalähtöisen hyvän hallintotavan sekä henkilöstöjohtamisen ja työntekijänäkökulman välillä. Irtisanomisuutisointi saa usein hyvin lämpimän vastaanoton sijoittajien ja osakkeenomistajien keskuudessa, mikä tarkoittaa pörssikurssien nousua, mutta työntekijöiden näkökulmasta asia ei tietenkään ole positiivinen.

Haapala (2004) puolestaan on tutkinut pro gradu -työssään irtisanomiskursseja vertailemalla yritysten ja sanomalehtien tekstejä. Yleisesti ottaen yritysten teksteissä irtisanomisia käsitellään jonkin suuremman toiminnan osana, kun taas sanomalehdissä asiasta kerrotaan useammin suoraan. Vallitsevalle irtisanomiskurssille on kuitenkin tyypillistä, että sekä sanomalehdet että yritykset käsittelevät irtisanomisia yrityksen tai osakkeenomistajien näkökulmasta eivätkä niinkään henkilöstön, jota vähennysuutiset yleensä koskevat. Tämä voi johtua siitä, että yritysten johtajilta pyydetään eniten haastatteluja juttuja varten. Irtisanomisten yhteydessä esiintyviä puheenaiheita ovatkin usein talous ja markkinatilanne sen sijaan että puhuttaisiin vähennysten seurauksista. Mediateksteissä toki esiintyy myös niin sanottua moralistista yritysvastuudiskurssia eli keskustelua irtisanomisten ja tehtaiden lakkauttamisten vastuista ja negatiivisista vaikutuksista työntekijöihin ja yhteiskuntaan, mutta ei samalla tavoin kuin vallitsevaa vastuudiskurssia (Hirsto & Moisander 2010).

Haapalan mukaan toimijan häivyttäminen tai koko yrityksen esittäminen toimijana ovat yleisiä piirteitä irtisanomisuutisoinnissa niin yritysten kuin sanomalehtien teksteissä. Irtisanomiset esitetään usein myös itsestään tapahtuvina siten, että kellellään ei olisi ollut mahdollista vaikuttaa asiaan. Toimija voidaan hävittää tekstistä esimerkiksi passiivin tai refleksiiviverbien avulla.

Vallitsevaan irtisanomiskurssiin liittyy Haapalan mukaan oleellisesti myös irtisanomisten saamat roolit teksteissä. Irtisanominen voidaan esittää aktiivisena

toimijana, jolloin irtisanominen itsessään tekee jotain, jolloin se voidaan nähdä olevan syyllisen roolissa tai se voidaan nähdä ilmiönä, joka toimii itsenäisesti ilman ulkopuolista kontrollia ja jota ei voi estää.

On myös, tutkittu, että yrityksen omalla viestinnällä voi olla vaikutusta irtisanomisuutisoinnin laatuun ja fokuointiin. Salonen (2006) tutki pro gradu -työssään Elisan ja Soneran irtisanomisuutisointiin liittyviä tekstejä, joista hän toteaa, että tapausten uutisoinnissa organisaatioiden kohtalo henkilöityy johtoon, jolloin vastuukysymykset näyttävät tärkeinä. Yritysten viestimisellä irtisanomisista on eroa, mikä heijastuu myös median uutisointiin niistä.

Irtisanomisdiskurssit ja vastuudiskurssit kietoutuvat toisiinsa monin tavoin, eikä niitä näin ollen tulisi tulkita toisistaan erillään. Suuret päätökset tuovat aina mukanaan kysymyksen vastuusta ja vastuullisista, oli kyse sitten irtisanomisista tai mistä tahansa muusta elämän osa-alueesta. Irtisanomisia käsittelevien tekstien analyysissa pohdin, miten yritykseen viittaavat sanat ja metonymiat sekä vastuuseen liittyvät merkitykset ovat tulkittavissa suhteessa vallitseviin diskursseihin.

2.3.3 Tekstilajit

Genreanalyysi perustuu tekstien luokitteluun niiden ominaisuuksien mukaan, mikä juontaa juurensa ihmisen taipumukseen hahmottaa maailmaansa ja tässä tapauksessa kohtaamiansa tekstejä erilaisiksi lajeiksi (Shore ja Mäntynen 2006, 11). Genreillä on olemassa tiettyjä kommunikatiivisia tehtäviä, jotka erottavat ne muista tekstilajeista. Lisäksi samaan genreen kuuluvat tekstit ovat yhdenmukaisia rakenteen, tyylin, sisällön ja kohderyhmän suhteen. (Swales 1990, 58.) Jotta tekstiä voisi alkaa analysoida, on ensin mietittävä, miksi se on kirjoitettu ja mikä sen tarkoitus on. Muutos näissä näkökulmissa voi muuttaa genren täysin toiseksi (Bhatia 1993, 13).

Tekstien kommunikatiivisten tehtävien tunnistaminen on haastavaa, ja se vaatii tutkijalta ennakkoluulotonta ja tarkkaa tutkiskelua (Swales 1990, 46). Esimerkiksi

raporttien kohdalla voidaan ajatella, että niiden tarkoituksena on yksinkertaisesti jonkin asian kuvailu ja informointi, mutta kun niitä tutkii tarkemmin, niillä voi nähdä olevan joitakin muitakin tehtäviä. Useat tekstit on voitu rakentaa siten, että ne näyttävät olevan informoivia, mutta se ei ole niiden ainoa tehtävä. Tekstit voivat käyttää esimerkiksi pehmeän myymisen tekniikkaa, jolloin niiden markkinointiva-luonne tulee ilmi epäsuorasti. (Fairclough 2003, 111.)

John Fiske pitää genreä, lajityyppiä keskeisenä intertekstuaalisuuteen vaikuttavana tekijänä. Genret ovat paitsi intertekstuaalisia myös tekstejä edeltäviä, sillä ne muodostavat tietyn sääntöjen tai konventioiden kokoelman, joka ohjaa niin tekstien tuottamista kuin vastaanottoakin. (Väliverronen, 33–36.) Fairclough (1997, 91) toteaa, että tekstilajit eli genret esiintyvät tiettyinä yhdistelminä diskurssien kanssa ja että tietyt genret käyttävät usein aivan tiettyjä diskursseja.

Keskeinen kysymys tässä tutkimuksessa on se, miten genren ja erityisesti uutisen ja tiedotteen tekstilajeja koskevien käsitysten avulla voidaan tulkita metonymisten ilmausten käyttöä ja merkitystä teksteissä.

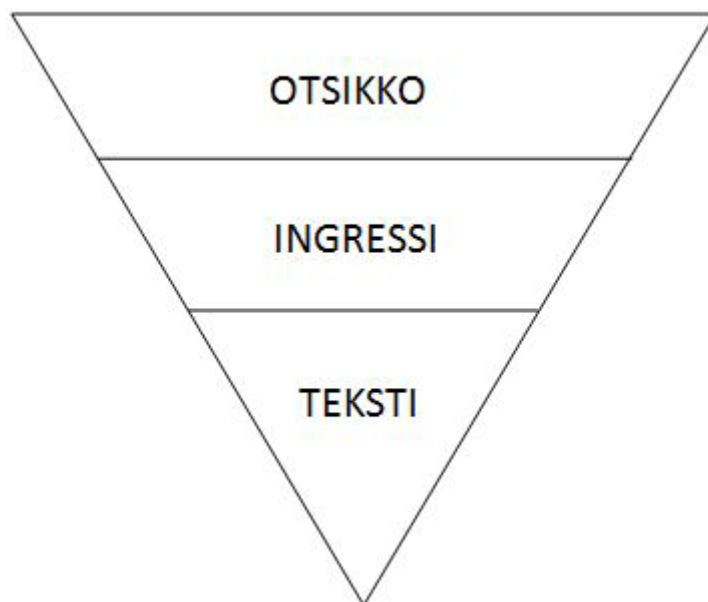
2.3.3.1 Uutinen tekstilajina

Journalismilla on tärkeä rooli joukkoviestinnässä, sillä sitä pidetään luotettavana ja riippumattomana tiedonvälittäjänä. Journalismi on ajankohtaista ja faktapohjaista joukkoviestintää, jonka keskeisenä tehtävänä on tiedon välittäminen ja sitä kautta yhteiskunnallisen päätöksenteon valvonta. Journalistisella työllä pyritään myös helpottamaan kansalaisten ymmärrystä ympäröivän maailman ilmiöistä. (Juholin 2009, 228; Kunelius 2003, 21.)

Journalismin sisältöön vaikuttaa oleellisesti se, mitä media pitää tärkeinä uutisoi-tavina asioina. Asioiden uutisarvo vaihtelee ajankohdan ja senhetkisen uutistilan-teen mukaan, mutta tärkeimpinä uutiskriteereinä asioille ja tapahtumille voidaan pitää niiden ajankohtaisuutta, laajuutta, läheisyyttä, erilaisuutta ja dramaattisuutta (Juholin 2009, 231).

Hemánuksen (1990, 82) mukaan uutinen kuvaa ajankohtaisesti, faktapohjaisesti ja neutraalisti äsken tapahtunutta tai äsken tietoon tullutta uutta, yllättävää tai merkittävää asiaa. Huovilan (2001b, 20) mukaan perusuutisen odotetaan vastaavan kuuteen kysymykseen: mitä, missä, milloin, miksi, miten ja kuka. Okkonen (1986, 187) on puolestaan poiminut näistä tärkeimmiksi mitä-missä-kuka -yhdistelmät eli mitä on tapahtunut, missä paikassa ja kenen toimesta. Uutisen tehtävänä on kertoa näistä asioista vastaanottajalle mahdollisimman tiiviisti, jotta tämä saisi tiedot uutisaiheesta nopeasti (mt. 182).

Uutisella voidaankin katsoa olevan yksi tyypillinen rakenne, jota toimittajat käyttävät tehdäkseen työnsä helpommin ja nopeammin. Rakennetta on perinteisesti kuvattu niin sanotulla käänteisen pyramidin tai kärjellään seisovan kolmion mallilla (Okkonen 1986, 184). Huovila (2001a, 101) puolestaan kuvaa tavallisen pyramidin tai kolmion, mutta käytännössä niiden idea on sama: tärkein asia on uutisessa ensin.



Kuva 3. Uutisen rakenne huomioarvon mukaan.

Kolmion ajatus lähtee siitä, että uutisteksteissä kerronnan luonnollinen kronologinen etenemistapa on lukijan kannalta liian hidaskerho kertoa tapahtuneesta, sillä siinä keskeisin tieto tulee usein vasta aivan lopussa. Uutisessa käytetäänkin niin sanottua alenevan kiinnostuksen järjestystä, jossa mielenkiintoisin ja tärkein asia kerrotaan ensin ja tämän jälkeen asiaan liittyvät ja sitä selventävät seikat riippumatta asioiden tapahtumajärjestyksestä. Kiinnostavimmasta asiasta aloitetaan, koska lukijalla ei välttämättä ole aikaa perehtyä koko tekstiin. Samasta syystä teksti rakennetaan palasista eli elementeistä. Tämä tarkoittaa, että jokainen kappale on oma itsenäinen elementtinsä, jolla ei ole viittauksia edelliseen tai seuraavaan kappaleeseen. Toisin sanoen teksti sisältää hyvin vähän metatekstiä. Juttua muokattaessa kappaleita on mahdollista siirtää tai poistaa kokonaan ilman, että uutista on pakko kirjoittaa uudelleen. (Okkonen 1986, 183–184, 199–200; Huovila 2001b, 20–21.)

Lehtijutulla on aina otsikko, joka voi jakautua pääotsikkoon sekä ylä- tai alaotsikkoon. Se tiivistää jutun tärkeimmän aiheen. Otsikko eli jutun kärki on myös jutun mainos, jonka mukaan lukija päättää, alkaako hän lukea sitä. Otsikon tehtävänä on saada lukija kiinnostumaan aiheesta niin paljon, että hän lukee lopunkin tekstistä. Tästä syystä toimittajat tekevät otsikoista napakoita ja lyhyitä. (Huovila 2001a, 108.)

Otsikon lisäksi uutisella on ingressi eli tekstin ensimmäinen kappale, ja yhdessä otsikon kanssa ne muodostavat jutun ytimen. Ingressin tehtävänä on kertoa uutisen pääasiat lyhyesti. Uutisen varsinaista tekstiä kutsutaan leipätekstiksi, ja sen tehtävänä on valottaa aiheen eri puolia. Leipäteksti koostuu useista eri kappaleista, joista jokainen esittää yhden asiakokonaisuuden. (Huovila 2001a, 117; Okkonen 1986, 187.)

Kuten aiemmin luvussa 2.1 totesin, tekstin kirjoittaminen on valintojen tekemistä, niin myös uutisten kohdalla. Kaikkea ei vain ole mahdollista sanoa. Huovila (2001a, 16–17) on todennut, että toimittaja pyrkii valitsemaan aineistostaan oman juttunsa kannalta mielenkiintoisimmat ja tärkeimmät seikat, jotka hän sitten tuo

tekstissään esiin. Tekstin sisältöön vaikuttaa myös se, mistä toimittaja saa tai hankkii tietonsa. Kaikki lähteet eivät ole samanarvoisia ja valitsemalla tietyt lähteet, toimittaja sysää syrjään toisenlaiset näkökulmat - tieteen tahtoon tai tiedostamattaan. Näin ollen tekstin sisältö voi muuttua toisenlaiseksi erilaisia valintoja tekemällä.

Riadin ja Vaaran (2011) mukaan journalistiset kirjoitukset sisältävät usein metonymioita ja ne muodostavat hyvän lähteen puheesta organisaatioista. Metonymioiden runsaus johtuu usein uutisen rakenteesta ja tehtävästä, sillä kuten aiemmin kävi ilmi, uutisten otsikoinnin on oltava napakkaa ja sen on herätettävä lukijoiden kiinnostus, jotta he lukisivat koko artikkelin. Näin ollen toimittajat turvautuvat metonymisiin rakenteisiin, jotta teksteistä ja lauserakenteista ei tulisi liian pitkiä. Lecolle'n (2001) mukaan metonymioiden käyttö on yleistä toimittajien keskuudessa myös siksi, että metonymioiden avulla he voivat luoda sumeita viittauksia, jotka ovat pelkistettyjä ja epätarkkoja ja joilla voidaan hämärtää oikeita viittauskohteita.

Media voidaan siis nähdä viestin välittäjänä, jonka avulla yrityksen viestit saavuttavat varsinaiset vastaanottajansa, mutta se tulee nähdä myös itsenäisenä toimijana ja omana sidosryhmänään, joka arvioi viestien uutisarvon, hylkää tai hyväksyy ne julkaistavaksi ja muokkaa omiin tarpeisiinsa sopivaksi (Juholin 2009, 227).

2.3.3.2 Yrityksen lehdistö- ja pörssitiedote tekstilajina

Tiedotteen rakenne on melko samanlainen kuin uutisen eli se voidaan myös nähdä kärjellään seisovana kolmiona, jossa tärkein asia esitetään ensin otsikossa ja ingressissä. On myös argumentoitu, että lehdistötiedote ei välttämättä olisikaan oma genrensä, vaikka se rakenteeltaan saattaisi siltä näyttääkin (Lassen 2006). Tämä on mielenkiintoinen näkökulma ja siinä mielessä validi, että lehdistötiedotteen yhtenä tehtävänä on saada siinä oleva aihe julkisuuteen. Tähän oletettavasti auttaa se, että teksti on jo valmiiksi toimittajalle helposti hyödynnettävässä muodossa, jolloin teksti voi päättyä jopa sellaisenaan uutiseen. Journalistityön hekti-

syys saattaa myös mahdollistaa sen, että yrityksen tiedote menee suoraan läpi juurikaan muuttumatta.

Tiedotteella ja uutisella on tärkeä yhteys, sillä monesti yrityksen lehdistötiedote poikii uutisen tiedotusvälineeseen. Kuten aiemmin luvussa 2.3.1 totesin, on muilla teksteillä myös vaikutusta yksittäisen tekstilajin rakenteeseen ja sisältöön. Näin ollen on hyvä pohtia tiedotteen ja uutisen suhdetta eli sitä, miten ne vaikuttavat toisiinsa.

Organisaatioviestinnän yhtenä tärkeänä tavoitteena on lisätä organisaation myönteistä tunnettuutta ja tukea organisaation tavoitteiden saavuttamista (Lehtonen 2002, 19). Näin ollen kaikki viestintä, joka organisaatiosta lähtee ulkopuolelle, voidaan nähdä jollain tapaa organisaation mainetta rakentavana. Vaikka tiedotteita voidaan periaatteessa pitää melko neutraaleina teksteinä, niissä voi nähdä myös markkinoivia piirteitä. Tiedottamisen voi käsittää luonteeltaan pääasiassa informoivaksi, mutta koska tiedotteet kirjoitetaan organisaation näkökulmasta, on huomioitava se, että organisaatiot eivät tieten tahtoen halua korostaa huonoja puoliaan vaan päinvastoin. Organisaatiot esittävät asiansa teksteissään omien intressiensä mukaan eivätkä näin ollen harjoita journalismia useista eri näkökulmista tai tuo esiin itselleen kriittisiä äänenpajoja. Tiedotteella on suuri merkitys yrityksen julkisuuskuvalle varsinkin silloin, jos yritys saa sen läpi mediaan, sillä monesti uutisjulkisuuteen luotetaan enemmän kuin mainosjulkisuuteen (Karvonen 1997).

Julkisen osakeyhtiön tiedottamista säätelee arvopaperimarkkinalaki, joka asettaa sille velvollisuuden julkistaa yhtiön arvopaperin arvoon olennaisesti vaikuttavat päätökset ja muut asiat ilman aiheetonta viivytystä. Tämä luo tiedotteille omat rajansa, sillä esimerkiksi pörssi antaa tiedotteelle ohjeita sen sisällöstä ja muotoilusta. Monesti pörssitiedote toimii pohjana lehdistötiedotteelle, jotta tiedot ovat yhdenmukaiset. Myös monet muut yritykset kuin pörssiyhtiöt noudattavat samoja periaatteita, jolloin tärkeää päätöstä koskeva tieto julkaistaan viipymättä. (Finanssivalvonta 2012; NASDAQ OMX Helsinki 2011; Juholin 2009, 241–242, 285–287.)

Pörssitiedottamista koskevista tarkoista ohjeista voisi päätellä, että tiedotteet eivät sisällä juurikaan markkinoivia piirteitä, sillä niissä olevan tiedon on oltava merkityksellistä ja selkeää, eikä se saa johtaa lukijaa harhaan. Toisaalta lehdistötiedotteen pituutta ei ole säännelty, jolloin siihen on mahdollista laatia laajempisisältöinen teksti, joka voi mahdollisesti sisältää markkinoivia piirteitä. Uutistoimituksille lehdistötiedotteet ovat vain uutisten raaka-aineita, jotka ovat vapaasti käytettävissä ja joita voi oman tarpeen mukaan lyhentää, täydentää tai muokata kokonaan uudenlaiseksi. (NASDAQ OMX Helsinki 2011; Juholin 2009, 241–242, 285–287.)

Juholinin (2009, 241) mukaan tiedotteen tärkeimmät ominaisuudet ovat sisältö ja uutisarvo, rakenne sekä kieli. Tiedotteen aiheen on oltava siis itsessään olennainen ja tärkeä, jotta se kiinnostaisi medioita. Lisäksi tiedotteen on oltava helppolukuisen niin rakenteeltaan kuin kieleltään, jotta teksti olisi ymmärrettävää ja lukijan on helppo saada siitä olennaisin tieto pikaisella silmäilyllä.

Deegan (2002) on määritellyt joitain motiiveja yrityksen yhteiskuntavastuun tiedottamiseen liittyen, joita voi mielestäni soveltaa myös yleiseen tiedottamiseen. Ensinnäkin, kuten jo edellä tuli ilmi, laki velvoittaa yrityksiä tiedottamaan tietyistä asioista. Tästä syystä yrityksen on tahtomattaankin tiedotettava niin huonoista kuin hyvistäkin tapahtumista. Toinen motiivi tiedottamiseen on, että yritys voi haluta näyttäytyä siten, että se toimii niin sanotusti oikealla tavalla ja tekee ympäristön ja yhteiskunnan kannalta oikeita ratkaisuja, jotta se voisi mahdollisesti säästää tätä kautta taloudellisia etuja. Yrityksen yksi motiivi voi olla myös se, että sen on lainansaajana noudatettava lainanantajan määrittelemää tiedotuspolitiikkaa, jolla kyseinen taho saa tarvittavan tiedon lainansaajan tilasta ja toimista. Organisaation tiedottamishalukkuus voi myös olla seurausta sen saamasta kielteisestä mediajulkisuudesta, jolloin organisaation legitimitetti voi olla uhattuna. Lisäksi organisaatiota voi motivoida avoimeen tiedottamiseen se, että sillä voidaan pitää viranomaisten odotukset tyydytettynä, mikä voi torjua vielä tiukempien säädösten laatimisen. Näitä tiedottamisen motiiveja yhdistää selkeästi se, että organisaatiot

haluavat näyttäytyä hyvinä ja vastuullisina toimijoina, jotta niiden tulevaisuus olisi turvatumpi, asiakkaat ja sijoittajat tyytyväisempiä, lainaa olisi mahdollista saada hyvin ehdoin ja toimintaympäristössä olisi helpompaa toimia.

2.4 Sosiokulttuuristen käytäntöjen taso

Faircloughin viitekehyksen kolmas ulottuvuus on sosiokulttuuristen käytäntöjen taso, jossa siis tutkitaan diskurssien taustalla olevia ja vaikuttavia valta- ja sosiaalisia suhteita sekä yhteiskunnallista kontekstia. Sosiokulttuuriset käytännöt sovitavat diskurssit paikalleen yhteiskunnassa ja selittävät niiden syitä ja vaikutuksia. Laajassa mittakaavassa tämän tutkimuksen aiheiden taustalla vaikuttaa yhteiskunta kokonaisuudessaan, mutta kun kohdetta tarkennetaan, siitä voidaan erottaa tarkemmin erilaisia vaikuttavia tekijöitä.

Yritysnäkökulmasta vastuu- ja irtisanomisdiskursseihin vaikuttaa oleellisesti yritysten merkittävä rooli yhteiskunnassa. Yhteiskunta pyörii suurelta osin yritysten avulla, jolloin niiden tekemät päätökset vaikuttavat eittämättä koko yhteiskuntaan. Tästä syystä vuosikymmenten saatossa yritys- ja yhteiskuntavastuun merkitys on myös noussut ja kuten Rytköläkin (2008) totesi, yritysten rooli yhteiskunnassa siirtyy yhä enemmän yrityskansalaiseksi nimettyyn rooliin. Toisaalta vastuukin on muuttuva käsite, joka voi yhtenä hetkenä merkitä eri asiaa kuin toisena. Yritysten käymä vastuudiskurssi omasta toiminnastaan myös muokkaa yhteiskuntavastuuta laajemmassa mittakaavassa. Käyty keskustelu aina myös vastavuoroisesti vaikuttaa ja muokkaa käytäntöjä ja ajatuksia yhteiskunnasta (Fairclough 1989, 37). Sosiokulttuurisia käytäntöjä ei siis pidä tulkita staattisina vaan alati muuttuvina sosiaalisina suhteina.

Yritysten taustalla vaikuttava maailma on myös yksi vaikuttava tekijä yrityksistä ja niiden päätöksistä käytävään keskusteluun. Globaali maailmantalous ja globaalit markkinat vaikuttavat väistämättä yrityksiin myös niiden kotimarkkinoilla. Kilpailu- ja menestyspainee ovat kovat ja menestystekijöitä on etsittävä joka puolelta. Toimintojen siirtoa edullisemman työvoiman alueille pidetään usein väistä-

mättömänä ja globaalisti ajateltuna vastuullisena toimintana uusien alueiden kehittämisen kannalta, mutta paikallisesti uudelleensijoittautumisella on myös negatiivisia vaikutuksia esimerkiksi lähtöpaikan kannalta. Yrityksillä onkin suuri valta eri alueiden tulevaisuuteen, kun ne omilla valinnoillaan voivat vaikuttaa niihin hyvin voimakkaasti. Ne näkemykset, joita yritykset ja media pitävät tässä tärkeinä, saavat enemmän palstatilaa kuin toiset, jolloin myös näkemykset päätösten vastuullisuudesta voivat yhteiskunnassa muuttua. Ihmiset voivat muuttaa omia käsityksiään organisaatiosierrojen oikeutuksista, kun heille kerrotaan asiasta eri näkökulmista. Muutos on tietenkin hidasta, mutta sitä kuitenkin tapahtuu.

Myös median luonteella on vaikutusta käytäviin diskursseihin. Tiedotusvälineiden organisoituminen ja journalistiset käytännöt kytkeytyvät valtasuhteisiin ja ideologioihin. On sanottu, että mediassa otetaan huomioon parhaiten ne, joilla jo ennestään on taloudellista, poliittista tai kulttuurista valtaa, mistä syystä onkin tärkeää analysoida median tehtävää ja tarkoitusta mediatekstien analysoinnin taustalla (Fairclough 1997, 58). Kriittiseen medianlukutaitoon sisältyykin kyky tehdä huomioita tiedotusvälineiden diskursseista sekä tiedotusvälineiden talouden ja tuotantoprosessien huomioon ottaminen (mt. 264). On myös muistettava, että tiedotusvälineet ovat myös yrityksiä ja organisaatioita, joilla on tulostavoitteita, jolloin niiden voidaan nähdä toimivan kuten mikä tahansa yritys. Toisaalta vaikka tiedotusvälineet muodostavat vaikutusvaltaisen ideologisen toimintakoneiston, niiden ei voida sanoa olevan kokonaisuutena alistettuna avoimelle poliittiselle manipuloinnille (mt. 65). Toimittajia ohjaavat ainakin Suomessa toimittajan eettiset käytännöt, jotka ainakin jossain määrin ohjaavat mediasisältöjä neutraaliin ja kaikki osapuolet huomioivaan journalismiin.

Huomioon otettavia taustatekijöitä on siis runsaasti, kun kriittistä diskurssianalyysia lähdetään tekemään. Kielenkäytön ja vallankäytön suhde on usein epäselvä ja monesti kielenkäyttötapoja pidetään itsestään selvinä (Fairclough 1997, 75). Eri-laisia oletuksia oikeuksista, suhteista ja identiteeteistä ei välttämättä ymmärretä haastaa, mistä syystä kriittisessä diskurssianalyysissa näiden tekijöiden määrittely ja huomioiminen on ensisijaisen tärkeää.

3 Merkityksen muodostuminen

Tässä tutkimuksessa tekstin tason analyysi keskittyy yritykseen viittaavien sanojen ja niiden merkitysten esittelyyn. Sanojen ja lauseiden merkityksiä voi tulkita ja ymmärtää monella tapaa. Tässä luvussa käsitelen sitä, miten ja mistä merkitys muodostuu.

3.1 Vakiintuneet ja tilanteiset merkitykset

Sanalla semantiikka tarkoitetaan merkitysentutkimusta yleensä. Semantiikkaa lähellä on myös termi pragmatiikka, joka tutkii merkitystulkintojen riippuvuutta kielenulkoisista tilanteisista tekijöistä (Kuiiri 2006; Karlsson 2006). On myös sanottu, että semantiikka tutkii sellaisia merkityksiä, jotka eivät juuri vaihtele tilanteesta toiseen, kun taas pragmatiikka keskittyy tilanteiseen merkitykseen (Saeed 2003). Monesti kuitenkin merkitysentutkimuksessa otetaan yhtä aikaa huomioon sekä merkkeihin vakiintuneet, niin sanotut tilanteettomat merkitykset että merkkeiden eri tilanteissa saamat merkitykset. Tätä voi perustella esimerkiksi siten, että sanojen ja lauseiden kokonaismerkitys syntyy aina vasta tilanteessa ja tilanteesta irrallinen merkityksen analyysi antaa vain jonkin tulkinnan mahdollisista merkityksistä eikä koskaan täydellistä (Kuiiri 2006, 4). Voidaan myös sanoa, että sanat ja lauseet ovat harvoin sillä tavalla yksiselitteisiä, että niiden sisältämät merkitykset voitaisiin ymmärtää helposti ilman tulkintaa (Väliverronen 1998, 14–15).

Sanojen merkityksiä on vaikeaa tutkia vain sanojen tasolla, sillä konteksti merkitsee hyvin paljon siihen, miten sana tulkitaan. Jokaista sanaa on tutkittava suhteessa sitä ympäröiviin sanoihin, sillä sama sana voi yhdessäkin lauseessa saada eri merkityksen eri sanoihin verrattaessa. Lausekontekstin lisäksi on huomioitava suurempikin konteksti eli missä teksti on ilmestynyt. Esimerkiksi sanalle ”yritys” tulee eri merkitys silloin, kun sen on kirjoittanut yritys tiedotteessaan, jolloin se viittaa siihen itseensä, tai kun sana ilmestyy lehtiartikkelissa, jolloin kirjoittajalla ei ole samanlaista yhteyttä yritykseen kuin tiedotteen kirjoittajalla. Toisaalta on

myös sanottu, että tilanteisenkin merkityksen tutkimus kohtaa sen ongelman, että kyse on siinäkin lopulta vain tulkinnasta, jonka ei varmasti voi sanoa olevan tyhjentävä vaan vain tilanteen antamin vihjein riittävä. Merkitys muuttuu jatkuvasti ja se on ennen kaikkea dynaaminen kokonaisuus. (Kuiri 2006, 4.)

Merkityksen lajeista on tehty paljon tutkimusta. Yhden näkökulman mukaan merkitys voidaan jakaa usuaaliseen ja okkasionaaliseen merkitykseen. Tämä jako perustuu ajatukseen, että jokaisella sanalla on yleinen, tilanteesta irrallinen ja ihmisten yhteisesti samoin käsittämä merkitys, joka esitetään esimerkiksi sanakirjoissa. Tätä merkitystä kutsutaan usuaaliseksi merkitykseksi, josta on pidettävä erossa se merkitys, jonka puhuja tilanteessa sanalle antaa. Tätä merkitystä taas kutsutaan okkasionaaliseksi merkitykseksi. Okkasionaalinen merkityksen on sanottu poikkeavan aina jossain määrin usuaalisesta merkityksestä, koska kuten aiemmin kävin läpi jokainen tilanne- ja lausekonteksti vaikuttaa sanaan omalla tavallaan. Okkasionaalisenkin merkitys perustuu kyllä yleiseen usuaaliseen merkitykseen mutta saa tarkan sisältönsä puhujan ja kuulijan tulkinnoissa. (Kuiri 2006, 19.)

Roland Barthes on puolestaan kehittänyt teorian, jolla voidaan analysoida merkitystä vuorovaikutusprosessina. Sen ytimenä oli ajatus merkityksellistämisen kahdesta tasosta. Ensimmäistä tasoa Barthes kutsui denotaatioksi, joka tarkoittaa merkin yleisimmin hyväksyttyä ja siksi selvintä merkitystä. Denotaatiota voidaan kutsua myös leksikaaliseksi merkitykseksi eli ns. sanastoon kuuluvaksi merkitykseksi. On myös sanottu, että monilla sanoilla on enemmän kuin yksi denotaatio, jolloin ne ovat monimerkityksisiä eli polyseemisiä. Toisaalta normaalisti vain yksi polyseemisen sanan merkityksistä on kerrallaan ajankohtainen kontekstin antamisen vihjeiden takia. (Barthes 1990, 6–11; Fiske 1992, 112–115; Karlsson 2006, 211–213.)

Merkityksellistämisen toisella tasolla taas on kolme tapaa, joilla merkki toimii. Termi konnotaatio kuvaa vuorovaikutusta, joka syntyy kun merkki kohtaa käyttäjiensä tuntemukset tai mielenliikkeet sekä kulttuuriset arvot. Denotaatio tarkoittaisi siis sitä, mitä on kuvattu, kun taas konnotaatio tarkoittaisi sitä, kuinka on kuvat-

tu. Barthesin mukaan konnotaatiot ovat yleisesti ottaen kulttuurisidonnaisia, jolloin niitä pidetään itsestäänselvyyksinä. (Barthes 1990, 6–11; Fiske 1992, 112–115; Karlsson 2006, 211.)

Denotatiivisesta ja konnotatiivisesta merkityksestä on myös sanottu, että tämä jako pohjautuu merkityksen sisäiseen jakamiseen: voidaan siis sanoa, että sanalla on aina päämerkityksen lisäksi sivumerkityksiä. Sivumerkityksetkin voivat olla niin pysyviä, että niitä pidetään sanan merkityslaajentumina ja ne voidaan jopa luetella sanakirjoissa. Esimerkiksi sanat ”nainen” ja ”akka” voivat viitata samaan kohteeseen, jolloin sanojen päämerkitys on sama, mutta sivumerkitys tai -merkitykset jo pysyvästi erilaisia. Denotatiivisella merkityksellä tarkoitetaan siis tässä jaossa sitä merkityksen osaa, joka määrää sanan mahdollisen referenssin eli sen, millaisista tarkoitteista sitä voidaan käyttää. Konnotaatiot eivät puolestaan rajoita enää viittausta vaan ne antavat muita vivahteita kielenkäyttöön. (Kuiri 2006, 19–20.)

3.2 Metaforat

Sanojen merkityksiin liittyvät hyvin oleellisesti metaforat. Metaforien avulla ilmaistaan uutta ja outoa tutun avulla ja niille on tyypillistä, että ne käyttävät yhtä aikaa hyväkseen yhtäläisyyttä ja eroavuutta. Metaforat ovat osa sitä tapaa, jolla tulkitsemme arkikokemustamme. Jokapäiväisessä kielenkäytössämme on paljon ilmauksia, joissa sanojen varsinaiset merkitykset eroavat niiden sanatarkoista merkityksistä. On sanottu, että kaikki yhteiskunnat tekevät keskeisiä abstraktioitaan ymmärrettäviksi metaforien avulla. Konkreettisista metaforista tulee näin ajatteluvälineitä, jotka antavat abstrakteille asioille konkreettisemmän muodon ja hahmon. Toisaalta näiden metaforien tuottamasta ymmärryksestä tulee helposti itsestäänselvyyksiä, jolloin niitä ei välttämättä enää ymmärrä metaforiksi. (Lakoff & Johnson 1980; Fiske 1992, 126.)

Metaforat ymmärretään kielen rakenteisiin liittyviksi osiksi, mutta usein niiden ajatellaan olevan vain keino rikastuttaa kielen käyttöä. Metaforat kuuluvat kuitenkin

kin jokapäiväiseen elämäämme erottamattomasti ja ne vaikuttavat puheemme lisäksi myös siihen, miten asioista ajattelemme. Metaforinen käsitteellistäminen onkin hyvin luontainen tapa ymmärtää todellisuutta, emmekä tämän vuoksi usein huomaa metaforien vaikutusta arkiseen ajatteluunne ja käytäntöihimme (Lakoff & Johnson 1980, 3, 7–8).

Cornelissen (2008) määrittelee metaforat kielenkäytöksi, jossa sanaa verrataan toiseenunaan, joka ei ole samasta määrittelyjoukosta kuin ensimmäinen eikä niitä yleensä liitetä yhteen. Metaforat saavat näin ollen aikaan mielikuvituksellisen yhteyden sanojen välillä (Fiske 1992, 131).

3.3 Ontologiset metaforat ja personifikaatio

Yksi tapa tuoda abstrakteja asioita ymmärrettäväksi ovat ontologiset metaforat. Näissä metaforissa on perusajatuksena se, että abstrakteista asioista puhutaan ikään kuin ne olisivat konkreettisia. Tämä tarkoittaa siis sitä, että abstrakti toiminta ilmaistaan jonkin konkreetin asian kuten ihmisen tai jonkin muun objektin aktiiviteettina. Ontologiset metaforat auttavat näkemään tapahtumat, tunteet, ideat jne. kokonaisuuksina, joista voidaan puhua kuin ne olisivat konkreettisia asioita, jotka voivat muuttua ja liikkua siinä missä asiat ja oliot. Ontologisia metaforia ei välttämättä mielletä metaforisiksi, sillä niitä pidetään itsestään selvinä ja luonnollisina kielenkäyttötapoina. (Varis 1998; Lakoff & Johnson 1980; Leino 1983.)

Ontologisia metaforia ovat myös ne kielenkäyttötavat, joissa elottomasta asiasta puhutaan kuin henkilöstä. Tällöin abstraktit asiat voidaan ymmärtää inhimillisen toiminnan käsitteiden kautta. Esimerkiksi yritystä voidaan kuvata ruumiillisena entiteettinä, johon puhalletaan henkeä (Anttilainen 2009, 23). Tätä kutsutaan myös personifikaatioksi. Personifikaatio on yläkäsite suurelle määrälle metaforia, joista jokainen jollain tapaa määrittelee henkilöä tai tapaa tarkastella henkilöä. Ne auttavat ymmärtämään vaikeita käsitteitä inhimillisen ajattelun kautta eli kuten itse ymmärrämme omia tavoitteitamme, toimintaamme tai motivaatiotamme. (Lakoff & Johnson 1980.)

Personifikaatiossa yhdistetään siis inhimillisiä piirteitä asioihin, jotka eivät ole ihmisiä, kuten esimerkiksi teoriat, sairaudet tai inflaatio. Näissä tapauksissa ei kuitenkaan viitata kehenkään todelliseen henkilöön, vaan elottomista käsitteistä puhutaan vain ihmismäisesti. Kun taas käytetään jotain ei-ihmismäistä sanaa tarkoittaessa jotain tiettyä henkilöä, ei olekaan kyse enää personifikaatiosta vaan metonymiasta. (Lakoff & Johnson 1980.)

3.4 Metonymia

Sana ”metonymia” tulee alun perin kreikan kielestä, jossa se tarkoittaa nimenvaihtoa. Nimenvaihdoksi se määritellään nykyisinkin ja sitä käytetään sellaisista ulkomaailman tarkoitteista, jotka liittyvät läheisesti toisiinsa tai kuuluvat yhteen. Tarkoitteiden nimen- ja merkityksenvaihto ymmärretään, sillä asiat, jotka kuuluvat yhteen, ymmärretään kuuluvaksi samaan kognitiiviseen määrittelyjoukkoon (Hilpert 2006). Esimerkiksi sanan ”auto” määrittelyjoukkoon kuuluvat muun muassa sanat ”renkaat”, ”Mersu” ja ”taksi”. Yleisesti metonymian voisi määritellä kielikuvaksi, jossa sanoja käytetään merkityksessä, joka eroaa niiden sanatarkasta merkityksestä. Tai kuten Riad ja Vaara (2011) toteavat, metonymiassa sana korvaa toisen materiaalisessa suhteessa, syysuhteessa tai käsitesuhteessa. Cornelissenin (2008) käsityksen mukaan metonymia on kielikuva, jossa sana korvataan toisella osa–kokonaisuussuhteen mukaisesti.

Kuten aiemmin kävi ilmi, metafora on pääasiallisesti tapa kuvitella jokin asia tai ominaisuus jonkin toisen asian kautta, ja tämän kielikuvan ensisijainen tehtävä on ymmärrys. Metonymialla on taas etupäässä viittaustehtävä, jolloin voimme käyttää yhtä kokonaisuutta viitattaessa toiseen. Täten metonymia toimii osittain samoin kuin metafora, mutta se antaa mahdollisuuden keskittyä joihinkin tiettyihin näkökulmiin viitattavasta asiasta (Lakoff & Johnson 1980). Voisi siis sanoa, että metonymia eroaa metaforasta esimerkiksi siinä, että metonymia osoittaa vierekkäissuhdetta asioiden välillä, kun taas metafora osoittaa asioiden yhteneväisyys-suhdetta (Riad & Vaara 2011). Metafora siirtää siis ominaisuuksia yhdeltä todelli-

suuden tasolta toiselle, kun taas metonymia assosioi merkityksiä samalla tasolla (Fiske 1992).

Metonymian käyttö ei ole mielivaltaista, vaan se on osa jokapäiväistä kielenkäyttöä. Metonyymisia ilmauksia esiintyy kielenkäytössä jatkuvasti. Metonymiat organisoivat ajatuksiamme, toimintaamme ja asenteitamme. On sanottu, että metonymiat perustuvat kokemukseen tarkoitteiden luonnollisista suhteista ja ne ovat yleensä helpommin ymmärrettäviä kuin metaforiset ilmaukset, sillä metonyymiset käsitteet perustuvat yleensä suoraan fyysiseen tai syysuhteiseen mielikuvaan. (Lakoff & Johnson 1980; Kuiri 2006, 35.)

Kuiri (2006, 35) on todennut, että metonymia perustuu siihen, että kaksi todellisuuden tarkoitetta esiintyy niin tiiviisti yhdessä, että toista tarkoittavaa sanaa aletaan käyttää viittaamaan myös toiseen. Viittaussuhteesta voi myös tulla hyvin pysyvä, varsinkin silloin kun osaa tarkoittava sana on alkanut merkitä kokonaisuutta. Osa tutkijoista käyttää osa–kokonaisuussuhteeseen perustuvasta muutoksesta nimitystä synekdokee, mutta esimerkiksi Lakoff & Johnson (1980) pitävät sitä yhtenä metonymian lajeista.

Perusmääritelmänsä mukaan metonymia saa osan edustamaan kokonaisuutta. On oleellista, millainen metonymia valitaan, sillä sen perusteella muodostamme käsityksen todellisuuden siitä osasta, joka ei välity meille tietoisesti. Valittu metonymia siis määrää sen, millaisen kuvan tietystä tapahtumasta rakennamme. Metonymiat välittävät todellisuutta hyvin tehokkaasti, koska ne toimivat indeksien tavoin. Ne ovat siis osa sitä, mitä ne merkitsevät. (Fiske 1992.)

Hilpert (2006) jakaa metonymiat kahteen perustyyppiin. Ensimmäinen jakaa läheisyysuhteet kokonaisuuden ja sen osien suhteen ja toinen yläkategorioiden ja alakategorioiden suhteen. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että ensimmäinen ryhmä on osa-kokonaisuussuhde ja toinen samantyyppisyysuhde. Samantyyppisyysmetonymiat eivät kuitenkaan ole metaforia, sillä niiden merkityksenvaihto tapahtuu vain määrittelyjoukon sisällä eikä eri joukkojen välillä. Lisäksi metaforat

voivat liittää konkreettisia kokonaisuuksia abstrakteihin asioihin toisin kuin samantyyppisyysmetonymiat.

Lingvistiikassa on esitetty tavanomaisia metonyymisiä kaavoja, jotka toimivat erilaisissa merkitysluokissa. Tämän tyyppisiä säännöllisiä siirtymiä on myös kutsuttu säännölliseksi polysemiaksi tai merkityksen laajennukseksi. Markert ja Nissim (2006) käyttävät tutkimuksessaan termiä (konventionaalinen) metonymia kaikista näistä termeistä. Heidän mukaansa säännöllisten siirtymien lisäksi metonymioita voidaan luoda myös tilanteisesti. Tällaisia metonymioita tutkijat kutsuvat epätavanomaisiksi metonymioiksi.

Markert ja Nissim (2006) ovat kehittäneet tutkimukseensa kehyksen, joka jaottee sanojen merkitykset kirjaimelliseen, metonyymiseen sekä sekamerkitykseen (literal, metonymic & mixed readings). He kutsuvat tätä kehystä annotaatiomalliksi. Myös mm. Cornelissen (2008) on käyttänyt mallia tutkimuksessaan. Kirjaimelliset merkitykset voidaan ymmärtää niin sanotuiksi sanakirjamerkityksiksi, eli ne ovat sanojen peruserkityksiä ilman kontekstin vaikutusta. Esimerkiksi paikannimi tulkitaan alueen konkreettiseksi sijainniksi. Metonyymiset merkitykset sisältävät sekä metonyymisiä kaavoja noudattavia metonymioita (metonymic patterns) että kaavattomia, tilanteisia metonymioita. Sekamerkityksissä kaksi metonyymistä merkitystä tai metonyyminen ja kirjallinen merkitys ovat tulkittavissa yhtä aikaa.

3.5 Metonymia organisaatiotutkimuksessa

Sanat ”organisaatio” tai ”yritys” ovat käsitteinä melko abstrakteja, joten on luonnollista, että niitä ei voida aina esittää tai ymmärtää yksinkertaisesti yhtenä asiana tai kokonaisuutena, vaan niitä käsitellään osina. Käyttämällä metaforia ja metonymioita on mahdollista vaihtaa merkityksiä konkreettisempien käsitteiden kanssa, mikä helpottaa organisaation käsitteen käyttöä. Kuten muutkin abstraktit asiat ja tunteet käsitteellistetään myös organisaatio muiden kokonaisuuksien ja kokemusten kautta. Metaforat ja metonymiat ovat siis tärkeitä tapoja puhua orga-

nisaatioista, ja ne luovat merkityksiä ja ymmärrystä organisaatioista eivätkä ole vain tyhjiä retorisia keinoja tai sanaleikkejä.

Kuten edellisessä luvussa kävi ilmi, metonymioita on tutkittu suhteessa metaforaan hyvin vähän. Näin on asianlaita myös organisaatiotutkimuksessa. Organisaatiokieleen liittyviä metaforatutkimuksia on tehty laidasta laitaan, mutta metonymiat ovat jääneet vähemmälle huomiolle, vaikka ne ovat hyvinkin tärkeitä merkityksenmuodostamisessa. Vasta viimeisen kymmenen vuoden aikana on metonymioihin liittyvää tutkimusta tullut lisää. Seuraavaksi käyn läpi keskeisimpiä omaan tutkimukseeni vaikuttavia tutkimuksia.

Cornelissen (2008) on tutkinut metonymian käyttöä arkipäivän puheessa organisaatioista. Hän käytti laajaa kieliaineistopohjaista lähestymistapaa eli suurta korpusta ja useita eri tekstilajeja. Hänen tavoitteenaan oli tutkia metonymioiden esiintymistiheyttä, millaisia eri kategorioita metonymioita on sekä sitä, ovatko metonymiat yhteydessä metaforisiin ilmauksiin ja millä tavalla. Cornelissenin tutkimus pyrkii vastaamaan kysymykseen siitä, miten ihmiset puhuvat ja ymmärtävät organisaatiot kokonaisuuksina, joilla on tietynlaisia rooleja talousmaailmassa ja yhteiskunnassa yleensä.

Cornelissenin käsityksen mukaan metonymia on kielikuva, jossa sana korvataan toisella osa–kokonaisuussuhteen mukaisesti molempiin suuntiin (part-whole/whole-part). Hänen mukaansa metonymiset ilmaukset ja metonymia–metafora-yhdistelmät ovat keskeisiä puheessa organisaatioista. Cornelissen toteaa myös, että metonymioiden on nähty olevan osa suurempaa metaforista ilmausta, jota voidaan kutsua myös metonymiaksi metaforassa (metonymy-within-metaphor). Tätä käsitystä on hänen mukaansa myös laajennettu, jolloin voidaan vaihtoehtoisesti nähdä metafora metonymiasta -muoto (metaphor-from-metonymy), jossa metaforinen merkitys syntyy metonymian käytöstä.

Cornelissenin mukaan muissa tutkimuksissa on selvinnyt, että kun organisaation jäsenet käyttävät puheessaan metonymioita, ne eivät liity ainoastaan organisaation

nimeämiseen tai siihen viittaamiseen vaan myös organisaation toimintojen oikeuttamiseen sekä organisaatioon liittyvän tapahtuman ymmärtämiseen.

Cornelissen keskittyy tutkimuksessaan organisaationimiin metonymioiden identifiomisessa, sillä ne ovat hänen mukaansa organisaatioiden suora ilmentymä luonnollisesti tapahtuvassa puheessa. Metonymioiden tunnistamiskeinona hän käyttää niin sanottuja korvaustestejä, joiden idea on se, että jos esimerkiksi yrityksen nimi voidaan tietyssä yhteydessä korvata jollakin sen osaa tai ulottuvuutta merkitsevällä käsitteellä, kuten esimerkiksi sanaparilla ”yrityksen osake”, käsitetään yrityksen nimi tällöin metonyymiseksi. Metonyymisten käyttötapojen lisäksi Cornelissen erottaa sanoista myös kirjaimellisen ja sekamerkityksen.

”Yrityksen” kirjaimellinen merkitys tarkoittaa Cornelissenin mukaan organisaatiota, joka on laillinen, itsenäinen kokonaisuus ja jolla on toimilupa tai määritellyt tavoitteet. Tämä määritelmä sisältää sellaiset merkitykset, joissa kuvaillaan organisaation rakennetta sekä organisaation ja sen tuotteiden ja palveluiden suhdetta. Sekamerkityksessä on puolestaan kyse tilanteista, joissa sanalle muodostuu useampia merkityksiä yhtäaikaaisesti esimerkiksi kahdesta predikaatista johtuen.

Metonyymisiin merkityksiin kuuluvat sekä säännöllisen mallin mukaan toimivat metonymiat että erikoisemmat metonymiat. Cornelissen on esittänyt viisi organisaatiospesifiä metonyymistä tyyppiä, jotka ovat organisaation nimi viittaamassa sen jäseniin (members), tuotteisiin (product), tiloihin (facility), arvoindekseihin (index) sekä tapahtumiin (event) (ks. taulukko 1).

<i>org-for</i>	<i><org> stands for</i>
Members	an official who acts for <org>, or all members of <org>
Product	the product(s) an <org> produces
Facility	the facility that houses <org> or one of its branches
Index	an index, like a stock index, indicating the value of <org>
Event	an event associated with <org>, e.g., a scandal

Taulukko 1: organisaatiospesifit metonymian tyypit (Lähde: Cornelissen 2008)

Cornelissenin tulosten perusteella noin 30 prosenttia yritysnimen käytöstä on metonymia eli yritysnimi viittaa johonkin organisaation osaan tai ulottuvuuteen. Tämän perusteella voisi olettaa, että metonymioiden käyttö on huomattavaa, vaikka kirjaimellinen käyttö onkin yleisempää. Cornelissen toteaa, että metonymioita tosiaan käytetään systemaattisesti organisaatioista puhuttaessa. Metonymiat eivät siis ole umpimähkäisiä yksittäisiä ilmaisuja vaan ne heijastavat yleistä tapaa puhua organisaatioista ja ymmärtää niitä käyttämällä yhtä ymmärrettyä aspektia yrityksestä edustamaan joko kokonaisuutta tai jotain osaa siitä.

<i>Reading</i>	<i>Frequency</i>	<i>% of all</i>	<i>% of metonymies</i>
Literal	622	64.3	n/a
Mixed	50	5.2	n/a
Metonymies	295	30.5	100
org-for-members	188	19.4	63.7
org-for-product	66	6.8	22.4
org-for-facility	14	1.4	4.7
org-for-index	6	0.6	2.0
org-for-event	1	0.1	0.3
object-for-name	6	0.6	2.0
object-for-representation	1	0.1	0.3
Other	13	1.3	4.4

Taulukko 2: Organisaationimien metonymian käytön jakauma Cornelissenin aineistossa ($\Sigma = 967$ kpl) (Lähde: Cornelissen 2008)

Yllä olevaan taulukkoon on listattu Cornelissenin tutkimuksen tulokset. Taulukosta voidaan nähdä, että yleisin metonymian käyttö liittyy organisaatio jäsenistä - substituutioon (organization-for-members). Siinä yrityksen nimeä käytetään puhuttaessa sen jäsenistä, jolloin metonymia johtaa koko yrityksen personifikaatioon. Tämä puolestaan tarkoittaa sitä, että yritykseen liitetään inhimillistä käyttäytymistä ja kommunikointia. Tällainen metonymian käyttö johtaa myös siihen, että yrityksestä syntyy metaforinen kuva, jossa se nähdään omana persoonanaan tai ihmisyyksilönä. Muut metonymiakategoriat ovat sitten enemmän vertauksellisia.

Organisaatio tuotteesta -vaihdossa (organization-for-product) yrityksen nimi viittaa yrityksen tuotteisiin. Organisaatio tilasta -vaihdossa (organization-for-facility) taas yrityksen nimeä käytetään puhuttaessa yrityksen toimitiloista tai rakennuksista. Tässä tilanteessa metonymian käyttö spesifioi kyseiset tilat tai sijainnin juuri kyseisen organisaation käyttöön. Organisaatio indeksistä -kategoria (organization-for-index) taas viittaa yrityksen nimen metonyymiseen käyttöön tilanteessa, jossa puhutaan yrityksen osakkeista tai arvopapereista sekä niiden liikkeistä markkinoilla. Tämän metonymian keskiössä on ajatus, että käyttämällä yrityksen nimeä on kyseinen osake helpompi nimetä ja identifioida, mutta toisaalta siitä syntyy myös mielikuva yritysten liikkeistä rahamarkkinoilla. Cornelissenin tutkimustulosten mukaan melko marginaalisena metonymiana voidaan pitää organisaatio tapahtumana -substituutiota, joka kuitenkin on kiinnostava metonymia. Siinä yrityksen nimeä käytetään, kun puhutaan jostain yritykseen liittyvästä tapahtumasta tai ilmiöstä. Yhteenvedon näistä kaikista voisi sanoa, että metonymioiden käyttö organisaationimissä on rajoittunut muutama perinteiseen ja tavanomaiseen tapaan, joilla tulkitaan yrityksiä. Organisaatiot on tyypillisesti jaettu keskeisiin osiin kuten tuotteisiin, henkilöstöön tai rakennuksiin, mistä syystä metonymia on yleisesti käytetty väline julkisessa kielenkäytössä.

Mitä tulee metaforan ja metonymian yhteyteen, Cornelissen löytää vain kaksi metonymiaryhmää, joilla on yhteys metaforisiin tulkintoihin organisaatioista. Näitä ovat organisaatio jäsenestä - sekä organisaatio indeksistä -kategoriat. Organisaatio henkilönä -metafora on usein todettu ja tunnettu tapa puhua organisaatioista. Tämä metaforinen tulkinta juontaa juurensa siihen, kun yritykset saivat laillisen aseman liikehenkilöinä. Myös ihmisten tapa liittää organisaatioihin yksilöllisiä ominaisuuksia ja kohdella niitä kuin henkilöitä on vaikuttanut metaforisen tulkinnan laajuuteen. Toisaalta ei voida sanoa, kumpi tuli ensin: metonyyminen vai metaforinen merkitys.

Monet tutkijat ovat tosin väittäneet, että metonymiat perustuvat ja ovat peräti riippuvaisia organisaatioiden metaforisista kuvista. On myös sanottu, ettei toista voi olla ilman toista. Goossens (1995) on esittänyt metonymia metaforassa -yhteyden,

joka esiintyy silloin, kun metonyyminen ilmaisu liitetään vaikeaselkoiseen metaforiseen ilmaukseen. Tämä tarkoittaa kuitenkin sitä, ettei yhteyttä voi esiintyä muutoin kuin sanayhdistelmissä ja lauserakenteissa eikä niinkään yksittäisissä sanoissa. Goossens on myös esittänyt metafora metonymiasta -yhteyden, jonka on huomattu esiintyvän melko toistuvasti. Tässä kategoriassa ilmaisu saa merkityksensä metonymian kautta, mutta se saa myös lisätulkinnan metaforan avulla.

Riad ja Vaara (2011) ovat puolestaan tutkineet metonymian käyttöä kansainvälisissä yritysostoissa. He myös huomauttavat, että metonymiaa on tutkittu paljon vähemmän kuin muita merkityksenvaihtoja. Tutkimuksensa aineistona he käyttivät mediatekstejä, sillä heidän mukaansa journalistiset kirjoitukset sisältävät usein metonymioita ja ne muodostavat hyvän lähteen puheesta organisaatioista.

Riadin ja Vaaran (2011) tutkimuksen lähtökohta on se, että metonymia ei ole neutraali lingvistinen väline, vaan se on keskeinen diskurssikeino, jonka avulla rakennetaan kansallisidentiteettejä ja kulttuurieroja kansainvälisiä yritysostoja koskevassa puheessa. Tutkijat jakavat kansallisen metonymian ilmenemisen kahteen kategoriaan: valtiollisiin metonymioihin (entity-for-those-involved) sekä metonymisiin kansallisiin tunnuksiin (thing-for-its-idea). Ensimmäisessä kategoriassa valtion tai pääkaupungin nimi edustaa sen johtajia, väestöä, organisaatioita tai organisaatioiden jäseniä. Jälkimmäisessä on puolestaan kyse siitä, että konkreettisen esineen nimi edustaa jotain abstraktimpaa käsitettä, joka siihen liitetään.

Cornellissenin tapaan Riad ja Vaara käyttivät metonymioiden tunnistamistapana korvaustestejä. Esimerkiksi jos sana ”Kiina” voitaisiin tietyssä käyttöyhteydessä korvata sanalla ”kiinalaiset”, se ymmärretään valtio kansasta -metonymiaksi (nation-for-people). Valtio organisaatiosta -metonymiassa puolestaan (nation-for-organizations) valtioiden nimet edustavat instituutioita tai organisaatioita kyseisessä valtiossa.

Riad ja Vaara havaitsivat, että valtiolliset metonymiat rakentavat tai tosiasiaassa hyödyntävät organisaatiometonymiaa ja yhdistävät kaksi metonymiatasoa yhdek-

si. Tätä monitahoista rakennelmaa he kutsuvat nimellä tuplametonymia. Tässä metonymiassa valtio merkitsee organisaatiota, joka taas merkitsee organisaation henkilöitä. Tätä he kuvaavat valtio organisaation jäsenistä -metonymialla (nation-for-organizational-members).

Riadin ja Vaaran toisessa kategoriassa ”metonyymiset kansalliset tunnukset” metonymia tekee abstrakteista käsitteistä käsin kosketeltavia, jolloin esineet edustavat käsitettä, joka mielletään niihin liittyväksi, kuten esimerkiksi kruunu ja monarkia. Kansalliset rakennukset edustavat institutionaalista kansan johtamista, kun taas kansalliset symbolit ja artefaktit edustavat kansallista identiteettiä tai kulttuuria.

Markert ja Nissim (2006) puolestaan tutkivat metonymioita erisnimien käytössä. He pääsivät metonymiatutkimuksessaan samantyyppiseen tulokseen kuin Cornelissen (2008), eli myös heidän mukaansa noin 30 prosenttia yritysten nimen käytöstä on metonyymistä.

Kirjaimellisten ja metonyymisten merkitysten lisäksi tutkijat löysivät esimerkkejä, joissa on mukana kaksi predikaattia, jotka antavat molemmat erilaisen tulkinnan ja johtavat näin sekamerkitykseen (mixed reading). Tällaiset tapaukset tutkijat laittoivat ryhmään sekalaiset. Suurin osa kirjallisuudesta ei kuitenkaan käsittele niitä eksplisiittisesti.

Tutkijoiden mukaan sekamerkitysten tulkitseminen on vaikeampaa kuin pelkän kirjaimellisen tai metonyymisen merkityksen, koska tulkitsijoiden on oltava samaa mieltä kahdesta eri tulkinnasta, jotka aiheutuvat kahdesta eri predikaatista. Näin ollen epätavallisten metonymioiden tunnistus ja tulkinta on vaikeampaa kuin tavallisten. Markertin ja Nissimin saamien tulosten mukaan kirjaimellinen tulkinta sanoista on selkeästi yleisin, ja he saivatkin sen tulkinnan lähes 2/3 osassa kerroista. Toiseksi yleisin olisi heidän mukaansa organisaatio jäsenistä -metonymia, joka esiintyy viidesosassa tekstejä. Markertin ja Nissimin kaavajako on sinänsä onnistunut, sillä muut-kategoriaan osuu vain 1,4 % metonymioista. Paikannimiin ver-

rattuna organisaationimiä käytetään useammin metonyymisesti ja eri merkityskaavoja on käytössä laajemmin.

Tutkimuksensa lopuksi Markert ja Nissim toteavat, että tutkimus herätti myös ongelmia ja pulmia. Ensiksikin osa kategorioista voi olla vaikea tunnistaa toisistaan. Esimerkiksi joissain tapauksissa voi olla vaikeaa erottaa, viitataanko lauseessa koko yritykseen vai vain osaan yrityksen henkilöistä. Toiseksi organisaationimiä käytetään yhdessä metaforisten verbien kanssa, jolloin sanan merkitys voi muuttua niin, että aiemmin ymmärretty merkitys yrityksestä kokonaisuutena muuttuukin inhimillisemmäksi käsitykseksi kyseisestä yrityksestä.

Musson ja Tietze (2004) puolestaan tutkivat puhetta yhden organisaation eri fyysisistä toimipaikoista ja -tiloista. Tutkimuksessaan he osoittavat, miten metonyymiset ketjut leviävät, jolloin ne myös muokkaavat ja uudistavat organisaatiohierarkiaa ja -kulttuuria.

Metonyymiset ketjut voidaan ymmärtää esimerkiksi alitajunnaiseksi päättelyketjuksi, jossa tietty lauserakenne ymmärretään luonnolliseksi ja normaaliksi, vaikka se tarkemmin tutkittuna sisältää hyvinkin paljon poistettuja rakenteita, jotka näin ollen tulee kuulijan itse päätellä ja tulkita. Tutkijoiden mukaan näitä olettamuksia ei kyseisen kulttuurin sisällä mielletä mitenkään erikoisiksi eikä niitä tarvitse sen enempää selittää tai haastaa. Metonymian avulla siis yksinkertaistetaan lauserakenteita mutta samalla lauseista tehdään kuitenkin monitahoisempia.

Putnamin (2004) tutkimus taas kuvaa sitä, miten tärkeä rooli metonymioilla on neuvotteluissa. Aineistonaan hän käytti opettajien palkkaneuvotteluja kahdelta erikokoiselta alueelta. Tutkimuksen mukaan neuvotteluissa nousivat näkyvästi esiin termit ”kieli” ja ”raha”, joita yleisesti käytetään myös muista asioista kuin niistä itsestään puhuttaessa. Sanaa ”kieli” saatetaan käyttää myös esimerkiksi puhuttaessa neuvottelustrategiasta tai siitä voi tulla jopa kauppatavara sopimustekstin sisällöstä, jolloin sitä käytetään puheessa kuin mitä tahansa hyödykettä. Me-

tonymioita käytetään selvästi helpottamaan isojen kokonaisuuksien käsittämistä, kun puhutaan vaikeista tai vaikeammin hahmotettavissa olevista asioista.

3.6 Yhteenveto merkityksen muodostumisesta

Tämän luvun tarkoituksena on ollut selvittää, miten merkitykset muodostuvat ja millaisiin eri osatekijöihin merkityksen muodostajat voidaan jakaa. Kävin myös läpi sitä, miten organisaatiotutkimuksessa on tutkittu merkitysten muodostumista ja metonymioiden käyttöä.

Yleisesti ottaen voidaan todeta, että sanoilla voidaan nähdä olevan niin sanottu perusmerkitys, jonka voi esimerkiksi lukea sanakirjasta, mutta että se voi myös saada useita erilaisia sivumerkityksiä tai niin sanottuja tilannekohtaisia merkityksiä, jotka luodaan aina itse tilanteessa ja ne ymmärretään vain kyseisessä tilanteessa. Näitä merkityksiä pidetään usein myös itsestään selvinä eli niitä ei välttämättä edes ymmärretä erikoiseksi tavaksi puhua asioista. Eivätkä ne periaatteessa sitä olekaan, sillä metaforien ja metonymioiden käyttö arkipuheessa on hyvin yleistä ja hyvin normaali tapa tuoda abstrakteja asioita ymmärrettäväksi. Esimerkiksi organisaatioista puhuttaessa metonymisia ilmauksia käytetään 30 prosentissa sanoista.

Yleisin metonyminen tapa puhua organisaatioista on organisaatio jäsenistä - substituutio, jonka avulla syntyy kuva organisaatiosta inhimillisenä toimijana. Kuten aiemmin on tullut ilmi, organisaation inhimillistämisen avulla on mahdollista häivyttää varsinaista tekijää toiminnan takana, jolloin vastuu kyseisestä toiminnasta voi jäädä hämärän peittoon. Luvussa 4 tarkoitukseni onkin tutkia, miten metonymiat irtisanomisissa käsittelevissä teksteissä näkyvät ja millaisia merkityksiä niiden käytöstä voidaan teksteistä löytää.

4 Analyysi

Tässä luvussa analysoidaan Perloksen irtisanomisuutisointiin liittyvää aineistoa. Tekstejä on tarkoitettu tarkastella metonymia- ja vastuukäsitteiden kautta. Tarkoituksena on myös ottaa huomioon eri tekstilajien ominaispiirteiden vaikutus käytettyihin sanamuotoihin.

Tutkimani aineisto liittyy Perloksen tammikuussa vuonna 2007 julkistamaan tietoon tulosparannusohjelman käynnistämisestä ja siihen liittyvistä yhteistoimintaneuvotteluista. Aineistoni koostui yhdestä tiedotteesta sekä 58 Helsingin Sanomien (HS) ja 27 Kauppalehden (KL) sanomalehtiartikkelista.

Toisin kuin esimerkiksi Cornelissenin (2008) tai Markertin ja Nissimin (2006) tutkimuksissa tässä tutkimuksessa en aio käyttää pelkästään yrityksen nimeä tutkimuskohteena vaan myös muita kyseiseen yritykseen viittaavia sanoja. Tämä johtuu siitä, että vaikka teksteissä puhutaan esimerkiksi Perloksesta, yhtiöstä tai yhtiön hallituksesta, saatetaan kuitenkin viitata samaan merkitykseen.

Taulukkoon 3 olen listannut Perlokseen viittaavat sanat ja niiden esiintymät eri lähteissä. Taulukosta voi huomata, että vaikka ”Perlos” on yleisimmin esiintyvä sana, on muillakin yritykseen viittaavilla sanoilla suuri esiintyvyys artikkeleissa. Toisaalta eri lähteiden välillä voi huomata joitain mielenkiintoisia eroja. Esimerkiksi Perloksen tiedotteessa ei viitata yritykseen kertaakaan sanalla ”yritys”. Tämä voisi johtua ehkä siitä, että Perloksella halutaan identifioida yritys suureksi pörs-siyhtiöksi, joka se tietenkä onkin, eikä käyttää siitä kaikille maailman yrityksille sopivaa termiä. ”Yhtiö”-termi sisältyy myös sanaan ”osakeyhtiö”, minkä vuoksi Perlos käyttääkin itsestään kyseistä sanaa. Toisaalta voisi ajatella, että koska Helsingin Sanomat on maamme johtavana sanomalehtenä ehkä enemmän suunnattu niin sanotulle tavalliselle ihmiselle, siinä käytetään myös tavanomaisempia sanoja kuten ”yritys”.

Helsingin Sanomissa tekstit käsittelevät myös enemmän työpaikkojen menettämistä kuin esimerkiksi osakkeen arvoa, jolloin voisi kuvitella, että johdon ja hallituksen vastuuta päätöksistä korostettaisiin puhumalla niistä suoraan tekijöinä. ”Johto”-sanaa onkin käytetty Helsingin Sanomien artikkeleissa toisin kuin muissa lähteissä.

Taulukko 3. Perlokseen viittaavien sanojen esiintymät

	Tiedote	HS	KL
Artikkelit	1	58	27
Perlos	37	380	135
Yhtiö	19	87	10
Yritys	0	28	17
Johto	0	8	1
Organisaatio	1	0	0
Hallitus	2	0	0
Konserni	4	0	0
Firma	0	1	0
Työntekijä	0	93	18
Henkilö[stö]	22	17	10

Taulukkoon ei ole merkitty niin sanottuja nollaedustuksia eli viittauskohtia, joiden kohdalla olisi mahdollista käyttää esimerkiksi jotakin taulukon 3 sanaa tai muuta tarkoitetta mutta se paikka on jätetty tyhjäksi. Nollia esiintyy teksteissä huomattavasti, minkä vuoksi tarkastelen analyysissäni myös niitä. Nollien käyttö on usein lausetekninen keino, jota käytetään toisteisuuden välttämiseksi eli jos jokin sana, sanajakso tai sananosa esiintyy vastaavalla paikalla vierekkäisessä lauseessa tai lausekkeessa, sitä ei toisteta (Iso suomen kielioppi 2005, § 1177). Toisaalta toiston vuoksi pois jätetty sana voi silti saada täysin eri merkityksen kuin aiemmin samassa lauseessa käytetty sana, sillä nollan ympärillä olevat sanat voivat määrittellä sen täysin toisin. Esimerkkilauseisiin olen merkinnyt nollat pienellä nollalla (⁰) siihen kohtaan, johon mielestäni sopisi jokin sana.

Analyysini on jaoteltu osittain Cornelissenin metonymiajaottelun mukaan, mutta olen myös huomionnut tekstistä esiin nousseet ilmaukset omina osioinaan. Cornelissenin jaottelusta jätän pois organisaatio tuotteena -metonymian, sillä sitä ei tutkimassani aineistossa esiintynyt. Aloitan tarkastelemalla kirjaimellista yritys yrityksenä -merkitystä, jonka jälkeen siirryn analysoimaan metonyymisia ilmauksia.

4.1 Perlos yrityksenä

Cornelissen (2008) määritteli yritys yrityksenä -merkityksen yrityksen kirjaimelliseksi merkitykseksi. Kirjaimellisen merkityksen mukaan organisaatio on laillinen ja itsenäinen kokonaisuus, jolla on toimilupa ja tavoitteet, ja lisäksi se sisältää kaikki sellaiset merkitykset, joissa kuvaillaan organisaation rakennetta sekä organisaation ja sen tuotteiden tai palvelujen suhdetta. Osakeyhtiölaissa (2012) osakeyhtiö puolestaan määritellään erilliseksi oikeushenkilöksi, joka näin ollen on siis laillisesti yhtenäinen ja inhimillinen toimija. Kirjaimellista yritys yrityksenä -merkitystä voisi siis kutsua yrityksen ensisijaiseksi perusmerkitykseksi, ja Cornelisseninkin mukaan se on yleisin yrityksen nimen käyttötapa puheessa.

Kirjaimellisen merkityksenkin tulkinnassa voi tosin olla oma problematiikkansa. Kysymyksiä herättää esimerkiksi se, voiko yrityksestä koskaan puhua täysin itsenäisenä entiteettinä, jonka merkitykseen ei liitettäisi millään lailla yrityksessä työskenteleviä ihmisiä tai heidän päätöksiään ja tekemisiään. Analyysissa onkin tärkeää miettiä, missä tilanteissa yritys on pelkkä yritys ilman ihmisiä.

Esimerkki (1) havainnollistaa hyvin yritys yrityksenä -merkitystä:

- (1) Yhtiön suomalaiset tehtaat sijaitsevat Pohjois-Karjalassa Joensuuissa ja Kontiolahdella. (HS pääkirjoitus 16.1.2007)

Esimerkki voidaan lukea niin, että yhtiö omistaa tehtaita, jotka sijaitsevat Pohjois-Karjalassa. Cornelissenin määritelmän mukaisesti esimerkissä kuvaillaan organisaation rakennetta eli organisaatioon kuuluu tehtaita. Yhtiö voi myös omistaa teh-

taat, sillä se voidaan nähdä erillisenä oikeushenkilönä, jolla näin ollen voi olla omaisuutta. Voidaan siis sanoa, että sana ”yhtiön”, joka tässä kontekstissa viittaa Perlokseen, kuvastaa yritystä kokonaisuudessaan. Lisäksi yhtiön tehtaille annetaan lisämääre ”suomalaiset”, jotta ne erotettaisiin yrityksen muista tehtaista muissa maissa. Sanan merkitykseen ei suoranaisesti voida liittää ihmisiä, vaan tehtaidenkin merkitys voidaan nähdä vain konkreettisina rakennuksina.

Myös esimerkit (2) ja (3) voidaan tulkita yritys yrityksenä -merkitykseksi:

- (2) Perloksen toimitusjohtajan Matti Virtasen mukaan Nokialta valtaosan liikevaihdostaan saavan yhtiön palveluiden kysyntä Suomessa on supistunut. (HS 16.1.2007)
- (3) Muoviosia tekevä Perlos perustettiin yli puoli vuosisataa sitten. (HS 16.1.2007)

Esimerkistä (2) voidaan todeta, että Perloksen rakenteeseen kuuluu, että sillä on toimitusjohtaja, joka myös edustaa koko organisaatiota kaikkine osineen ja henkilöineen ketään tai mitään sen kummemmin erottelematta. Lisäksi esimerkissä puhutaan yhtiön palveluista, jotka myös sisältyvät Cornelissenin edellä esitettyyn määritelmään. Esimerkissä (3) puolestaan nähdään yritys yrityksenä -merkitys osakeyhtiölain määritelmän mukaisesti, jossa yhtiö syntyy rekisteröimisellä, ja kyseinen merkitys voidaan näin nähdä koko organisaation kattavana kokonaisuutena. Esimerkkiin (3) on myös laitettu mukaan toinen ”Perlost” määrittelevä ilmaus, joka voi antaa sille hieman erilaisen merkityksen. ”Muoviosia tekevä” -ilmaus saa pohtimaan ”Perloksen” merkitystä siten, että sen voisi nähdä myös yritys jäsenestä -metonymiana. Tämä johtuu siitä, että yrityshän ei pysty valmistamaan tuotteitaan ilman henkilöstöään, jolloin merkitykseen olisi sisällytettävä yrityksen henkilöt, jotka tuotteita valmistavat. Samantyyppinen määritelmä on myös esimerkin (4) sivulauseessa:

- (4) Perloksen juuret ulottuvat vuoteen 1953, jolloin kolme helsinkiläistä insinööriä perusti pakkausten muovisulkimia valmistavan yhtiön. (HS 16.1.2007)

Tässä esimerkissä päähuomion vie kuitenkin mielenkiintoinen päälause, jossa periaatteessa voitaisiin nähdä ”Perlos” yleismerkityksessään, mutta joka käytännössä onkin jotain aivan muuta. Yritys-Perloksella ei nimittäin ole konkreettisesti puunkaltaisia juuria, jotka voisivat ulottua jonnekin kauas, vaan kyse on tässä esimerkissä metaforisesta ilmauksesta, joka luo ”Perloksesta” juurellisen elävän olennon. Luvussa 4.7 käsittelen lisää metaforisten ilmausten vaikutusta metonymioihin.

Yritys yrityksenä -merkitykseen pitäisi pystyä sisällyttämään myös kaikki sellaiset sanankäytöt, joista on vaikea erottaa mitään yksittäistä kohdetta, vaan yritys esiintyy yhtenä massana. Yritys yrityksenä -merkityksen voisi siis sanoa olevan yritysanon yleismääre.

- (5) Perloksen yt-neuvottelut päättyivät viime viikolla yli 1100⁰työntekijän irtisanomiseen. (HS 14.3.2007)

Esimerkissä (5) ”Perloksesta” on mahdoton sanoa, viittaako se johonkin tiettyyn kohteeseen vai ei. Saman voisi sanoa myös pitkästi esimerkiksi lauseella ”Perloksessa käydyt yt-neuvottelut”, mutta tällöin merkitys ei juuri muutu. Sanomalla ”Perloksen johdon ja henkilökunnan välillä käydyt yt-neuvottelut” ”Perloksen” merkitys itsessään ei vielääkään muutu, mutta teon osapuolet tulevat silloin paremmin esille. Jos koko lauseen kaikki tekijät haluttaisiin tuoda esille, lause voisi kuulua ”Perloksen johdon ja henkilökunnan välillä käytyjen yt-neuvottelujen päätymisen tuloksena yhtiön johto irtisanoi viime viikolla yli 1100 Perloksen työntekijää”. Uutisen rakenteeseen ei kuitenkaan sovi kirjoittaa näin pitkiä ja raskaita lauseita, jolloin alkuperäinen esimerkki on ominaisuuksiltaan juuri sopiva eikä se myöskään juuri muuta asian merkitystä toiseksi, vaikka kaikkea ei sanota suoraan.

Yritys yrityksenä -merkitys ei kuitenkaan aina ole niin yksiselitteinen:

- (6) Perlos on viime vuosina käynyt läpi rakennemuutosta, jossa yhtiön toimintoja on rationalisoitu matkapuhelinteollisuuden kysynnän mukaisesti. (Perloksen tiedote 15.1.2007)

Kuten aiemmin totesin, yritys yrityksenä -merkitykseen sisältyy organisaatiorakenteen kuvailu, mutta kysymyksiä herättää se, kuuluuko tämän rakenteen muuttumisesta kertominen myös tähän merkitykseen. Jos katsotaan esimerkin (6) alkuosaa, siitä voidaan erottaa toiminta ”Perlos on käynyt läpi”. Tästä voisi ilman kontekstia päätellä, että kyseessä on joku henkilö, joka on käynyt jotain läpi. Kuitenkin kun huomioidaan koko lausekonteksti, ymmärretään, että näin ei ole, vaan lause voidaan nähdä tarkoittavan ”Perloksessa on ollut käynnissä rakennemuutos”. Tällöin merkitys ymmärretään yrityksenä kokonaisuudessaan, jonka rakenne on muutoksessa. Toisaalta kyse voisi olla myös yrityksen personifikaatiosta, jolloin yritystä verrattaisiin henkilöön, joka on käynyt läpi elämänmuutoksen.

Yritys yrityksenä -merkityksestä voidaan yhteenvedona sanoa, että se ei ole vain yksi helposti ymmärrettävä merkitys, vaan se on ennemminkin yläkäsite useille merkityksille.

4.2 Perlos jäsenestä

Yrityksen nimeä voidaan käyttää tekstissä myös silloin, kun puhutaan yrityksen sisällä toimivista henkilöistä. Tämä on muun muassa Cornelissenin mukaan (2008) yksi yleisimmistä metonymian lajeista.

Organisaatio jäsenestä -merkityksen alaisia metonyymejä on usein melko vaikeaa spesifioida, eli on vaikea täsmentää, kenestä tarkkaan ottaen puhutaan. Organisaation jäsenet jakautuvat moneen erilaiseen ja toisistaan hyvinkin poikkeavaan ryhmään niin määrällisesti kuin esimerkiksi organisaatiohierarkian suhteen. Ne toki kaikki ymmärretään jäsenmetonymiaksi, mutta se, onko kyseessä johto, hallitus, henkilöstö vai joku muu taho, voi olla hankala selvittää. Kuitenkin tämä on mo-

nessa tapauksessa olennainen kysymys esimerkiksi vastuun tai toiminnan syiden ja seurausten representaation kannalta. Olen kuitenkin tätä tutkimusta varten jaotellut esimerkkini kolmeen jäsenlukuun eli johtoon, henkilöstöön sekä muihin.

4.2.1 Johto tekijänä

Analysoimissani teksteissä on hyvin usein huomattavissa rakenne ”yhtiö tekee jotakin”. Tällä rakenteella ei siis tarkkaan kerrota, kuka tai ketkä yrityksen henkilöistä asian tekee, vaan yritys itse tiedottaa, kertoo, ennakoi, aikoo tai kutsuu kuten esimerkissä (7):

- (7) Perlos kutsui maanantaina työntekijänsä yhteistoimintaneuvotteluihin, joiden todennäköinen lopputulos on ⁰tuotannon lopettaminen Suomessa. (HS pääkirjoitus 16.1.2007)

Esimerkissä (7) voidaan nähdä, miten metonymiaa käytetään häivyttämään tekijää. Yrityksen inhimillistämällä luodaan kuvaa itsenäisesti toimivasta persoonasta, joka tekee päätöksiä ja käyttäytyy kuin ihminen. Koska rationaalisesti ajateltuna yritys itsessään ei kuitenkaan tee päätöksiä vaan siellä työskentelevät ihmiset, käyttämällä sanaa ”Perlos” vastuuta siirretään konkreettisilta päätöksentekijöiltä abstraktimmalle kokonaisuudelle eli yhtiölle. Kuten Cornelissen (2008) totesi, tällainen metonymian käyttö johtaa koko yrityksen personifikaatioon, joka luo metaforisen kuvan yrityksestä inhimillisenä henkilönä.

Jos taas tutkitaan esimerkissä (7) olevien metonymioiden merkityksiä tarkemmin, voidaan huomata kiinnostavia seikkoja. Päälauseessa ”Perloksen” merkitykseen ei esimerkiksi voida sisällyttää yrityksen työntekijöitä, sillä heitä ei voi pitää kutsujana neuvotteluihin. Näin ollen verbiin ”kutsua” liittyvä merkitys voisi siis käsitellä yrityksen hallituksen tai jonkun toisen vastaavan tahon, joka kyseisen kutsun on tehnyt. Toisaalta työntekijöistä luodaan osa kyseistä ”Perlostä” omistusliitteenänsä avulla, jolloin ”Perloksen” merkitys voidaan kuitenkin nähdä monimerkityksisenä.

Esimerkin (7) lopussa ei esiinny varsinaista Perlokseen viittaavaa sanaa, mutta siinä voidaan nähdä olevan niin sanottu nollaedustus, joka voisi olla esimerkiksi ”Perlokseen”, ”yhtiön” tai ”yrityksen”. Toisaalta se voisi myös olla spesifimpi ”tehtaiden”, jolloin syntyisi mielikuva tehtaiden sulkemisesta eikä niinkään koko yrityksen liiketoiminnan lopettamisesta. Nollan monitulkintaisuus ei kuitenkaan merkittävästi muuta lauseen merkitystä.

- (8) Yhtiön ilmoituksen mukaan ⁰tavoitteena on irtisanoa Suomessa 1200 ihmistä. (HS pääkirjoitus 16.1.2007)

Samoin kuin esimerkissä (7) esimerkissä (8) ”yhtiötä” ei voida pitää ”yritys yrityksenä” -merkityksenä vaan yritys jäsenestä -metonymiana, sillä joku tietty henkilö tai ryhmä on antanut kyseisen ilmoituksen. Tekstistä ei kuitenkaan käy ilmi, miten ilmoitus on uutisen kirjoittajalle annettu. Jos tieto on saatu tiedotteen kautta, on ”yhtiön” merkitys siinä tapauksessa toimitusjohtaja, sillä hänen allekirjoituksensa löytyy tiedotteen lopusta. Toisaalta tiedotteen on jakanut tiedottaja tai viestintäosasto, joten tavallaan ilmoitus on tullut heiltä. Tosin tiedottajalla ei välttämättä ole yrityksen nimenkirjoitusoikeutta, jolloin hän ei saisi puhua yrityksen nimissä eikä näin ollen voisi lukeutua ”yhtiön” merkitykseen.

Esimerkissä (8) olevan nollan kohdalla voisi olla esimerkiksi sanat ”Perlokseen”, ”yhtiön” tai ”yrityksen”, mutta mitä oletettavimmin se on ”yhtiön”, sillä samaa sanaa on käytetty jo aiemmin kyseisessä lauseessa. Nollaedustuksen merkitys on hieman erilainen kuin edellisessä kohdassa sanalla ”yhtiön”, sillä tässä merkitykseen voidaan lukea ne henkilöt, jotka ovat vastuussa päätöksistä ja tavoitteiden antamisesta, eivät ainoastaan näistä asioista kertovat henkilöt. Nollan käyttö tekee päätöksentekijästä hyvin etäisen. Tavoitetta voidaan pitää ennalta annettuna joltain anonyymilta taholta, eikä siihen pysty kukaan vaikuttamaan tai sanomaan mitään. Seuraavassa esimerkissä vastuu päätöksenteosta annetaan jälleen yhtiölle:

- (9) Yhteensä yhtiö aikoo vähentää 4000 työpaikkaa. (HS pääkirjoitus 16.1.2007)

Vaikka yhtiö määritelläänkin laissa erilliseksi oikeushenkilöksi, ei sitä silti voida pitää inhimillisenä olentona, joka tekee päätöksiä. Näin ollen tässäkin lauseessa ei ole kyse ”yritys yrityksenä” -merkityksestä, vaan kyse on oltava yrityksen päätöksentekijöistä eli johtoryhmästä ja hallituksesta. Merkitys on siis samankaltainen kuin esimerkissä (7).

- (10) Yhtiön hallitus on tänään tehnyt päätöksen tulosparannusohjelmasta, jonka tavoitteena on parantaa merkittävästi Perloksen jatkuvien toimintojen liiketulosta ennen kertaluonteisia eriä vuoteen 2006 verrattuna. (Perloksen tiedote 15.1.2007)

Toisin kuin sanomalehtiartikkeleissa Perloksen tiedotteessa on ainoana kerrottu, että ”yhtiön hallitus” on tehnyt päätöksen. Vastuunäkemyksen kannalta tämä on mielenkiintoista, sillä kertomalla näin suoraan asiasta vastuullinen toimija on näkyvissä toisin kuin muissa vastaavanlaisissa esimerkeissä. Toisaalta esimerkissä kerrottu päätös on positiivinen. Muissa esimerkeissä on yleensä jo puhuttu henkilöstövähennyksistä ja niihin liittyvistä päätöksistä eikä niinkään niiden taustalla olevasta tulosparannusohjelmasta.

Kuten taulukosta 3 kävi ilmi, ei aineistossani ole käytetty sanoja ”johto” tai ”hallitus” kovinkaan moneen kertaan. Esimerkeissä (11) – (13) ne kuitenkin esiintyvät:

- (11) Musta maanantai 15. tammikuuta muutti ajatukset. Perloksen johdon ilmoitus koko henkilöstön yt-neuvottelujen aloittamisesta tuli täydellisenä yllätyksenä. (HS 27.1.2007)
- (12) Ammattiliitot vaativat Perloksen johtoa vastuuseen (HS otsikko 26.1.2007)
- (13) Kauppa- ja teollisuusministeri Mauri Pekkarinen (kesk) sai tiistaina Perloksen johdolta lupauksen olla aktiivisesti mukana edesaut-

tamassa⁰ kriisin hoitotoimia. Tarkoitus on muun muassa etsiä korvaavia toimia Perlokselta vapautuviin tiloihin. (KL 17.1.2007)

Huomionarvoista yllä olevissa esimerkeissä on se, että niissä vastuullinen taho on näkyvässä eikä sitä ole piilotettu metonymian kielenkäytön taakse. Kiinnostavaa esimerkeissä on myös se, että niissä puhutaan nimenomaan ”Perloksen johdosta”, jossa ”Perlos” ei myöskään saa metonymista merkitystä, vaan se voidaan nähdä yritys yrityksenä -merkityksenä.

- (14) Perlos pitää työnseisausta laittomana ja harkitsee sen viemistä työtuomioistuimeen. (HS 17.1.2007)

Esimerkissä (14) ”Perlos” viittaa selkeästi yhtiön johtoon, sillä kyseessä on henkilöstön työnseisaus, jota johto paheksuu ja haluaa viedä sen tuomittavaksi. Näin ollen ”Perlokselta” jälleen erotellaan pois merkitys ”henkilöstö”.

Monesti ”Perlostaa” käytetään myös silloin, kun tiedotetta tai lehtijuttua varten on haastateltu jotakuta yhtiön henkilöä, mutta tätä henkilöä ei kuitenkaan mainita suoraan. Tämä käy ilmi tietyistä verbeistä kuten esimerkiksi ”ennakoida”, ”vahvistaa” tai ”arvioida”:

- (15) Perlos itse ennakoi kasvun jatkuvan matkapuhelinmarkkinoilla Aasiassa. (KL 16.1.2007)
- (16) Perlos vahvisti maanantaina, että seuraavan puolen vuoden aikana potkut odottavat yhteensä 1104:ää yhtiön työntekijää ja toimihenkilöä sen Suomen-tehtailla ja konsernin toiminnoissa. (HS 7.3.2007)
- (17) Perlos arvioi matkapuhelinmarkkinoiden kasvun jatkuvan Aasiassa edelleen ja yhtiön käynnissä olevat tehdasinvestoinnit Kiinassa ja Intiassa toteutetaan suunnitelmien mukaisesti. (Perloksen tiedote 15.1.2007)

Esimerkeissä (15)–(17) voidaan selkeästi havaita joku henkilö ”Perloksen” takana, sillä kyseiset verbit vaativat jonkun inhimillisen tekijän ollakseen toimivia. Näissä esimerkeissä kyseessä voi olla yhtiön johto, sillä heidän tehtävänä on antaa tämänkaltaisia lausuntoja yhtiöstä.

4.2.2 Henkilöstö toimijana

Aineistoni teksteissä pelkkä ”Perlos” harvemmin viittaa vain työntekijöihin metonymisesti käytettynä, vaan henkilöstö esitetään osana ”Perlosta”. On kiinnostavaa, että yrityksen nimenkirjoittajista voidaan puhua pelkällä yrityksen nimellä, mutta henkilöstöstä näin ei jostain syystä voida tehdä. Ehkäpä yrityksen työntekijät nähdään enemmän yrityksen omaisuutena ja resursseina kuin yksittäisinä toimijoina tai päätöksentekijöinä. Henkilöstö nähdään siis osana koko organisaation rakennetta, josta ei voida puhua ilman, että otettaisiin huomioon muita organisaation osia. Organisaatiosta tosin voidaan puhua ilman henkilöstöä.

Henkilöstöstä käytetään usein ”Perlos”-sananjohdosta ”perloslaiset”, joka selkeästi inhimillistää ”Perloksen” merkityksen mutta tekee siitä sen nimenomaan merkityksessä ”Perloksen työntekijät”, kuten esimerkeissä (18) ja (19):

- (18) Perloslaiset pyytävät koulutusapua. (HS otsikko 19.1.2007)
- (19) Immoset ovat perusperloslaisia. Reijolle tulee maaliskuussa 33 vuotta täyteen yrityksen palveluksessa, Eevalle hieman vähemmän. (HS 27.1.2007)

Esimerkit (20) ja (21) ovat perusesimerkkejä ”Perloksen” käytöstä työntekijöistä puhuttaessa:

- (20) Selvityksen alla on myös se, millaista täydennyskoulutusta Perlostesta irtisanotut työntekijät tarvitsevat. (HS 16.1.2007)

- (21) Muun muassa kännykänkuoria ja mekaniikkaa alihankkijana tekevä Perloksen työntekijät kävelivät ulos työpaikoiltaan vastalauseena yhtiön maanantaiselle ilmoitukselle jätti-irtisanomisista. (HS 17.1.2007)

Esimerkeissä ”Perlos” saa merkityksen ”yritys yrityksenä” samalla tavoin kun luvun 4.2.1 esimerkeissä (11)–(13). Työntekijät ovat siis osa Perlostaa, mutta eivät pelkkä ”Perlos” toisin kuin esimerkiksi yhtiön johto.

Esimerkki (22) summaa hyvin yhteen henkilöstön ja johdon rajanvedon ”Perloksen” merkityksessä:

- (22) Perloksen pääneuvottelijat ovat Tuula Yli-Jaakkola ja Esa Vuorinen. Eri työntekijäryhmiä edustavat Timosen lisäksi Pentti Hartikainen, Harri Lankinen ja Mika Mehtonen. (HS 27.1.2007)

Esimerkissä ”Perlostaa” eli yritystä kokonaisuudessaan sekä sen johtoa edustavat pääneuvottelijat Yli-Jaakkola ja Vuorinen, kun taas puolestaan koko yrityksen henkilöstön eri työntekijäryhmiä edustavat muut mainitut henkilöt. Tämä siis tarkoittaa, että kun yhtiön johto ja henkilöstö ovat vastakkain, ”Perlokseksi” määritellään vain johto, ja henkilöstö nähdään siitä jotenkin ulkopuolisena asiana.

4.2.3 Muita toimijoita

”Perlos” on mahdollista nähdä myös jonain muuna toimijana kuin johtona tai henkilöstönä tai toimija voi jäädä hyvinkin hämärän peittoon kuten esimerkissä (23):

- (23) Vuonna 1975 avattiin ⁰tehdas Joensuussa, ja seuraavalla vuosikymmenellä alkoi läheinen yhteistyö Nokian kanssa, joka oli määrittänyt omaksi kasvualuekseen matkapuhelimet. (HS 16.1.2007)

Tässäkin esimerkissä voitaisiin nähdä nollaedustus, joka voisi olla esimerkiksi ”Perloksen”. Lauseessa käytetyn passiivin vuoksi tehtaan avaaja jää epäselväksi. Lause voitaisiin myös muuttaa aktiiviin, esimerkiksi muotoon ”Perlos avasi vuonna 1975 tehtaansa Joensuussa”, mutta tässäkin tapauksessa toimija jäisi hieman epäselväksi.

- (24) Samaan aikaan Perlos on rakentanut uusia tehtaita Kiinaan ja Intiaan, jonne matkapuhelintuotannon painopiste on siirtynyt. (HS talous 16.1.2007)
- (25) Perlos rakentaa neljättä Kiinan-tehdastaan Guangzhouhun sekä uutta tehdasta Intian Chennaihin. (Perloksen tiedote 15.1.2007)

Esimerkissä (24) Perlos jälleen inhimillistetään toimintaverbin kautta. On epätodennäköistä, että kukaan henkilöstöstä tai johdosta on rakentanut kyseisiä tehtaita vaan pikemminkin rakennuttanut. ”Perloksen” määritelmä saa tällöin laajemman merkityksen, kun käytetään rakentaa-verbiä, sillä nyt myös rakennusurakoitsijat ja -työntekijät kuuluvat ”Perloksen” merkitykseen. Samanlainen merkitys voidaan nähdä myös esimerkin (25) ”Perloksella”.

Toisin kuin esimerkiksi Cornelissen (2008) on todennut, organisaatio henkilöstä -merkitykseen eivät sisälly pelkästään yrityksen työntekijät ja johto, vaan siihen on mahdollista liittää myös sellaisia tekijöitä, joilta yritys hankkii palveluja omien palveluidensa tai tuotteidensa toteuttamiseen. Lausekonteksti antaa ”Perlokselle” uuden okkasionaalisen eli tilanteisen merkityksen, jonka ei voida sanoa olevan yleisesti käytetty merkitys.

- (26) Irtisanomisten ja kurssiromahdusten herättäminä omistajat ovat toisissaan ruvenneet miettimään elämän edellytyksiä: kumppanin tarpeesta ovat Aspocompin lisäksi puhuneet niin Perlos kuin Elco-teqkin. Yhtiöt – tai niiden omistajat – ovat huomanneet, että Nokian tilaus menee aiempaa useammin kilpailijalle. (HS 19.6.2007)

Esimerkissä (26) Perlos ja muut yhtiöt on haluttu määritellä tarkoittamaan nimenomaan niiden omistajia. Omistajilla on yhtiöissä ylin päätösvalta, mutta useinkaan yritystä ei kuitenkaan määritellä omistajiksi vaan muiksi päätöksentekijöiksi kuten johdoksi tai hallitukseksi. Vastuunäkemyksen kannalta on mielenkiintoista, miksi näin on, sillä voisi myös olla, että johto esimerkiksi haluaisi legitimoida päätöksensä sanomalla, että he toimivat omistajien päätöksen mukaan, jolloin heiltä tavallaan lähtisi vastuu pois. Näin ei kuitenkaan ole ja vastuu päätöksistä on yleensä johdon harteilla, vaikka sitä ei aina eksplisiittisesti tuodakaan ilmi.

(27) Perloksen osavalmistajat ehtineet hankkia jo uusia töitä (KL otsikko 18.1.2007)

Myös yrityksen alihankkijoiden voidaan nähdä sisältyvän yrityksen laajempaan merkitykseen kuten esimerkissä (27). Toki tässä ”Perlos” itsessään on yritys yrityksenä -merkityksessä, mutta alihankkijat voivat kuitenkin kuulua siihen. Näin voisi esimerkiksi olla tilanteessa, jossa alihankkijat ovat yrityksen tytäryhtiöitä, jolloin ne konkreettisesti ovat osa yritystä.

Kuten esittelemistäni esimerkeistä on käynyt ilmi, ”Perlos jäsenestä” -metonymia on hyvin yleinen, mutta usein se saa vain suppean merkityksen ”johto”, vaikka se voisi sisältää useampiakin henkilöitä tai henkilöryhmiä.

4.3 Perlos tapahtumana

Vaikka Cornelissenin (2008) aineistossa organisaatio tapahtumana -metonymia oli vain marginaalissa (ks. taulukko 2) verrattuna muihin metonymian lajeihin, on sen merkitys tässä tutkimuksessa hyvin oleellinen. Varsinkin myöhemmissä kirjoituksissa, kun yrityksen irtisanomisilmiöstä puhutaan laajemmassa mittakaavassa, yrityksen nimeä käytetään monesti kuvaamaan tapahtunutta.

(28) Perlos oli vasta alkua (HS otsikko 21.1.2007)

Tämä otsikko on yksi hyvä esimerkki Cornelisseninkin määrittelemästä yritys tapahtumana -metonymiasta. ”Perlos” voidaan siinä määritellä esimerkiksi ”Perloksen irtisanomisiksi”, jota voi siis pitää yhtenä tapahtumana. Tapahtuma liitetään yleiseen ilmiöön irtisanomisista, joita tiedotusvälineet odottavat tulevan lisää. Lausetta ei mielestäni voi ymmärtää siten, että Perloksen organisaation sisällä irtisanomisia tulisi lisää, vaan kyse on nimenomaan muiden vastaavassa tilanteessa olevien yritysten suunnitelmista ja teoista. Irtisanomisten lisäksi ”Perlos” viittaa myös tuotannon siirtämiseen ulkomaille eli lause voidaan ymmärtää lauseen ”Perlos ei tule olemaan ensimmäinen yhtiö, joka siirtää tuotantonsa halvemman tuotantotason maihin ja irtisanoo työntekijöitään Suomessa” tavoin. Myös Kauppalehdestä löytyy vastaava esimerkki:

- (29) Teknologiateollisuuden Martti Mäenpää: Lisää perloksia on varmasti tulossa (KL otsikko 31.1.2007)

Kauppalehden esimerkki on kuitenkin hieman toisenlainen. Siinä käytetty sana ei ole enää yksittäinen erisnimi, vaan ”Perlos”-sanasta on jo muodostettu yleiskäsite kirjoittamalla se pienellä alkukirjaimella ja monikossa. Muutoin sanan merkitys on melko samanlainen kuin edellä. ”Perlosten” merkitykseen tosin sisältyy edellisestä esimerkistä poiketen muut vastaavanlaiseen tilanteeseen joutuvat yritykset, jolloin sanan merkitystä ei tässä yhteydessä voida pitää täysin puhtaana yritys tapahtumasta -metonymiana. Samanlaisia esimerkkejä löytyy useita:

- (30) Kilpailu ei lopu koskaan. Eikä uusia perloksia voi välttää. (HS 21.1.2007)
- (31) ”Yritykset, jotka maksavat palkkaa (tuottavuuteen suhteutettuna) yli saksalaisen normin, ovat tulevaisuuden perloksia”, Tyrväinen sanoo. (HS 21.1.2007)

- (32) Teknologiateollisuuden toimitusjohtaja Martti Mäenpää sanoo, että on varmaa, että Perloksen kaltaisia tuotannon siirtoja ulkomaille ja isoja irtisanomisia Suomessa on varmasti vielä edessä. (KL 31.1.2007)

Tapahtuma-metonymiat näyttäisivät olevan melko yleisiä juuri irtisanomisdiskurssissa. Ne myös vaikuttaisivat saavan laajoja tai monitahoisia merkityksiä. Monitahoisuus tulee hyvin esiin myös esimerkissä (33):

- (33) Perlos nosti esiin kysymyksen, siirtyykö kaikki työvoimavaltainen teollisuus aste asteelta pois Suomesta alemman kustannustason maihin. (KL 20.1.2007)

Jos ei tuntisi aiheen kontekstia ja lausetta tarkastelisi sellaisenaan, olisi mahdollista, että ”Perlos” voitaisiin tällöin nähdä esimerkiksi yritys jäsenestä -metonymiana. Siinä joku yrityksen henkilö olisi esittänyt kysymyksen teollisuuden siirtymisestä. Kun taas huomioidaan laajempi konteksti Perloksen irtisanomisuutisointiin liittyen, ymmärretään merkitys tapahtumaksi, jonka päätökset ja toimenpiteet ovat herättäneet yleisessä keskustelussa kysymyksen tehtaiden lakkauttamisista ja muutoista ulkomaille. Tällöin ei ole mahdollista erotella ketään spesifiä henkilöä tai joukkoa, joka kysymykset olisi esittänyt.

- (34) Moni muistelee Perlostä haikein mielin. (HS 23.9.2007)

Esimerkissä (34) ”Perlos” ei ole yleisestä uutisoinnista johtuva yleinen ilmiö, vaan siinä mennään hieman erilaiseen tapahtumaan. Tapahtuma-metonymiaa paremmin sitä kuvaisi ehkä ”aika-metonymia”, sillä ”Perlos” ymmärretään esimerkissä ajaksi, jonka henkilöt ovat Perloksella viettäneet. Henkilöstä riippuen se voi tarkoittaa vuotta tai kolmeakymmentä, mutta se voidaan käsittää silti yhtenäiseksi tapahtumaksi, joka on kunkin henkilön Perloksen palkkalistoilla olo. Lause toki voisi saada myös toisenlaisen tulkinnan, jos laajempaa kontekstia ei otettaisi huomioon, sillä lauserakenne luo kuvan mahdollisesti jostain edesmenneestä henkilöstä, jota muistellaan kuten esimerkiksi lauseessa ”Moni muistelee Pekkaa hai-

kein mielin”. Näin ajateltuna merkityksestä tulee metaforinen, kun ”Perlos” saa merkityksen ”organisaatio elävänä olentona”. Metaforisista tapahtuma-metonymioista löytyy muitakin esimerkkejä:

- (35) Maan parhaimpiin työllisyysalueisiin lukeutuva Pirkanmaa pystyi imaisemaan irtisanotut takaisin työelämään. Joensuuhun Perlos voi jättää syvemmät jäljet. (KL 1.2.2007)
- (36) Nyt nämä alihankkijan alihankkijat joutuvat etsimään uusia yhteistyökumppaneita paikatakseen Perloksen jättämän aukon. (HS 17.1.2007)

Sekä esimerkissä (35) että esimerkissä (36) ”Perloksella” tarkoitetaan Perloksen tuotannon lopettamista paikkakunnalta, jota voidaan siis pitää tapahtumana. ”Jälkien” tai ”aukon” jättäminen puolestaan tuo metaforisen merkityksen ”Perloksen”, sillä varsinaisesti tämä kyseinen tapahtuma ei itsessään ”tee” mitään. Metaforisia metonymioita käsittelem tarkemmin luvussa 4.7.

Tapahtuma-metonymioita on siis irtisanomisuutisointia sisältävissä teksteissä runsaasti, mutta kuten esimerkeistä voi havaita, niitä ei juuri esiinny Perloksen tiedotteessa. Syitä tähän pohdin enemmän luvussa 4.8.

4.4 Perlos laskennallisena kokonaisuutena

Tässä luvussa käsittelem sitä, miten ”Perlostä” voidaan käyttää myös puhuttaessa yrityksen arvoon ja muihin taloudellisiin lukuihin liittyvistä asioista.

- (37) Yhtiön osti itselleen G.W. Sohlberg, joka it-huuman huipussa listasi yhtiön pörssiin. (HS pääkirjoitus 16.1.2007)

Mitä asioita yhtiössä voidaan pitää sellaisina, että ne voidaan ostaa? Ensinnäkin ostajalle siirtyy enemmistö tai koko osuus yhtiön osakkeista. Näin ollen ”yhtiön”

merkitys voitaisiin nähdä organisaatio indeksinä -metonymiana. Cornelissenin (2008) mukaan indeksimetonymiassa on kyse vain yrityksen osakkeista ja muista arvopapereista, kuten esimerkin sivulauseessa, jossa yhtiö listataan pörssiin. Siinä on selkeästi kyse vain yhtiön osakkeista eikä esimerkiksi henkilöistä tai muista asioista. Päälauseen ”yhtiön” merkitykseen puolestaan voidaan nähdä sisältyvän myös muun muassa yhtiön toimitilat ja tehtaat, jotka siis siirtyvät uuteen omistukseen kaupan myötä. Näiden lisäksi myös yhtiön työntekijät voivat olla osa ostettavan yhtiön merkitystä, sillä myös he kuuluvat kyseiseen organisaatioon ja siirtyvät samoin kuin toimitilat uuden omistajan alaisuuteen. Työntekijöitä ei ehkä tässä merkityksessä pidetä niin inhimillisinä olentoina, vaan pikemmin massana ja laskennallisena kokonaisuutena, jota voidaan siirrellä omistajalta toiselle. Näin kaikki yhtiön omistuksessa olevat asiat (niin osakkeet kuin työntekijätkin) voidaan esittää ostettavana ja myytävänä kokonaisuutena.

Esimerkit (38) ja (39) havainnollistavat myös vastaavaa ”Perloksen” käyttötapaa:

- (38) Taiwanilainen alihankkijajätti ostaa Perloksen (HS otsikko 14.8.2007)
- (39) Matkapuhelinten muoviosia Kiinassa, Unkarissa ja Brasiliassa valmistava suomalainen Perlos on päätymässä taiwanilaisen pörssiyrityksen omistukseen. (HS 14.8.2007)

Esimerkkiä (39) en kuitenkaan pidä yhtä yksiselkoisena kuin esimerkkejä (37) tai (38), sillä siinä ei varsinaisesti osteta mitään, vaan ”Perlos on päätymässä” johonkin. Merkityksellisen esimerkistä tekee myös se, että ”Perlos” määritellään nimenomaan suomalaisiksi yhtiöksi erona taiwanilaisesta uudesta omistajasta, vaikka Perloksella on tehtaita ja työntekijöitä muissakin maissa, kuten lauseesta käy ilmi. Ehkä esimerkin (39) ”Perlos” voidaan kuitenkin nähdä omistussuhteen osalta osake-merkityksessä, mutta muiden ”Perlosta” määrittelevien sanojen vuoksi monimerkityksisenä.

Seuraavissa esimerkeissä pohditaan yrityksen kokonaisuuden ja laskennallisuuden suhdetta:

- (40) ”Perloksen kustannusrakenne on ⁰liikevaihtotasoon nähden liian raskas, eikä ⁰kannattavuus ole tyydyttävällä tasolla”, Virtanen perusteli. (HS talous 16.1.2007)
- (41) – Perlos on ydinliiketoiminnaltaan terve ja kilpailukykyinen yhtiö, jonka kustannusrakenne ei kuitenkaan vastaa nykyistä liikevaihtotasoa. (Perloksen tiedote 15.1.2007)
- (42) Tehdyistä muutoksista huolimatta yhtiön kannattavuus ei ole tyydyttävällä tasolla. (Perloksen tiedote 15.1.2007)

”Perlos” voitaisiin esimerkissä (40) nähdä yritys yrityksenä -merkityksessä, mutta toisaalta, kun puhutaan yrityksen kustannusrakenteesta, viitataan taloudellisiin lukuihin, jolloin ”Perlosta” ei voitaisikaan määritellä pelkäksi yritykseksi. Yhtiön kannattavuuttakaan ei voida ymmärtää pelkkänä yritys yrityksenä -merkityksenä, sillä kyse on yrityksen talouden kannattavuudesta. On siis pohdittava, onko näissä esimerkeissä kyse indeksimetonymiasta vai kattaako yrityksen perusmääritelmä merkitykset kustannusrakenteesta ja kannattavuudesta. Cornelissenin (2008) mukaan organisaation perusmääritelmään sisältyvät sellaiset merkitykset, joissa kuvaillaan organisaation rakennetta, mutta on syytä pohtia, voidaanko kustannusrakenne tai kannattavuus mieltää organisaation rakenteeseen sisältyväksi. Jos niitä ei mielletä yritys yrityksenä -merkitykseen, on tarpeen miettiä, minkä kustannusrakenteesta ja kannattavuudesta puhutaan ja mitä ne tarkalleen ottaen tarkoittavat.

Yleisesti ottaen kustannusrakenteesta puhuttaessa on kyse siitä, mistä yrityksen kulut tulevat. Se sisältää esimerkiksi erottelun siitä, ovatko kustannukset kiinteitä vai muuttuvia. Raskaalla kustannusrakenteella tarkoitetaan usein sitä, että organisaatiolla on paljon kiinteitä kuluja suhteessa kokonaiskuluihin. Merkittävin kiinteä kuluerä on henkilöstön palkat, mikä tarkoittaa, että jos kiinteitä kuluja halutaan vähentää, yksi mahdollinen toimi on vähentää kulujen aiheuttajia eli työntekijöitä.

(Drury 2004.) Kuten esimerkeistä (40) ja (41) voi huomata, kustannusrakenteesta puhutaan juuri raskaana tai että se ei vastaa liikevaihtotasoa. Yllä olevan määritelmän mukaan kustannusrakenne on laskennallinen määre, jolloin sitä voitaisiin pitää indeksimetonymiana tai ainakin jonakin sen muotona.

Esimerkkien (40) ja (42) kannattavuus-termiä voi ehkä käsitellä samoin ajatuksin kuin kustannusrakennetta. Se on laskennallinen kokonaisuus, joka yleisesti vertailee tuloja ja menoja toisiinsa eli toisin sanoen taloudellisia tuloksia ja hyötyjä niiden vaatimiin kustannuksiin (Wikipedia 2012). Esimerkissä (42) todetaan, että ”yhtiön kannattavuus ei ole tyydyttävällä tasolla”. Tästä voidaan olettaa, että kannattavuus on jokin eri tasoilla liikkuva määre, jonka arvoa voidaan mitata ja verrata. Esimerkkien ”yhtiö”-sanan tai nollaedustuksen itsenäinen merkitys sen sijaan on vaikeampi tulkittava. Mielestäni niitä voi kuitenkin pitää metonyymisina kielenkäyttötapoina, sillä niiden sisältö voidaan aukaista pidemmiksi lausekkeiksi kuin pelkkä yritys yrityksenä -merkitys antaisi myöten.

Esimerkeissäni on myös näytteitä Cornelissenin kuvaamasta indeksimetonymiasista:

- (43) Myös matkapuhelin- ja elektroniikkateollisuuden alihankkija Perlos oli reippaassa nosteessa keskiviikkona. ⁰Kurssi vahvistui 17,6 prosenttia 4,01 euroon. (KL 8.2.2012)
- (44) Jos Perloksen kurssi nousisi vaikkapa viiteen euroon, potkut saanut hyötyisi optioistaan 58 334 euroa. (HS 11.3.2007)

Esimerkissä (43) näkyy selkeästi ”Perloksen” metonyyminen käyttö, kun ensimmäisessä lauseessa todetaan, että ”Perlos oli reippaassa nosteessa”. Tämän voisi sanoa myös ”Perloksen osakkeen kurssi oli reippaassa nosteessa”. Esimerkin (43) toisessa lauseessa ja esimerkissä (44) puhutaan jo hieman pidemmin ”Perloksen kurssin” noususta, mutta tämänkin voi vielä ymmärtää indeksimetonymiaksi edellisen esimerkin tavoin. Esimerkin (43) ensimmäisen lauseen ”Perloksen” merkitys voidaan tosin nähdä monimerkityksisenä, sillä kyseinen yritys määritellään ali-

hankkijaksi ennen nimen mainitsemista, jolloin ”Perlos” saa osakekurssin lisäksi myös ”yritys yrityksenä” -merkityksen. Vastaavanlaisia monimerkityksisiä ilmauksia käsittelen lisää luvussa 4.6.

- (45) Kännykkäbuumin myötä Perlos kasvoi rajusti. Sen liikevaihto 11-kertaistui 1988–89. Vuonna 1996 pääomasijoittaja EQT osti Perlokselta 50 prosentin osuuden ja yhtiö listattiin 1999 pörssiin. (HS 16.7.2007)

Esimerkin (45) ensimmäistä lausetta olisi mahdollista tutkia myös luvun 4.7 alla, mutta ottamalla huomioon esimerkin muutkin lauseet sopii se mielestäni paremmin tämän luvun kohdalle. Ensimmäisessä lauseessa ”Perlostaa” nimittäin kuvataan metaforisesti, sillä kasvaminen on jotain, mikä normaalisti liitetään eläviin olentoihin. Kun ensimmäisen lauseen merkityksessä taas huomioidaan seuraavan lauseen sisältö, saadaan käsitys taloudellisesta luvusta, joka on kasvanut suuresti. ”Perlos kasvoi” voidaan siis käsittää esimerkiksi ”Perloksen liikevaihto kasvoi”, mutta toisaalta myös ”Perlos lisäsi tuotantoaan ja tuotantolaitoksiaan”, jolloin ”kasvu” on enemmän konkreettista ulospäin näkyvää kasvua kuin rahan lisääntymistä.

Tästä luvusta voisi yhteenvetona todeta, että Cornelissenin määrittelemän indeksimetonymian lisäksi organisaatioon viittaavia taloudellisia tai laskennallisia kokonaisuuksia voi olla enemmänkin. Ne voivat ehkä sisältää enemmän yritys yrityksenä -merkitykseen viittaavia muotoja, mutta tarkemmin tarkasteltuna saavat erilaisia merkityksiä.

4.5 Perlos paikkana

Cornelissenin (2008) määrittelemässä yritys toimitilana -metonymiassa yrityksen nimi voidaan liittää paikkaan, jossa on muun muassa yrityksen toimitiloja kuten pääkonttori tai tehtaita. Aineistostani löytyi runsaasti esimerkkejä myös tästä me-

tonymian lajista, mutta monesti sanat saivat laajempia ja vivahteikkaampia merkityksiä kuin jokin tietty toimipiste.

- (46) Entinen Ruotsin-laivojen baarimestari Jorma Huttunen pääsi Perlokselle töihin 1999 ja Tarja muutaman vuoden pätkätyövaiheen jälkeen vakituisesti 2004. Joensuuhun he muuttivat 1997. Kun Perloksen ovi aukeni, he päättivät asettua paikoilleen. (HS 27.1.2007)

Esimerkissä (46) päästiin töihin ”Perlokselle”. Tämä voi tarkoittaa konkreettisesti ”pääsi töihin Perloksen Joensuussa sijaitsevalle tehtaalle”, mutta se voidaan nähdä myös siten, että ”Perlos” on siinä työnantajan roolissa, jolloin tulkinta voi olla esimerkiksi ”pääsi töihin Perloksen jonkin tehtaanjohtajan alaisuuteen”. Esimerkin kolmannessa lauseessa puolestaan on metaforinen ilmaus, joka voidaan niin halutessa ymmärtää myös konkreettisesti. Tällä tarkoitan sitä, että ”Perlos” voi tarkoittaa konkreettisesti tehdasta, jonka ovi on auennut kun työnantaja on päästänyt henkilön tehtaaseen sisään tämän tullessa sinne töihin. Näin ei kuitenkaan yleensä ajatella, vaan ilmaus on metafora Perlokselle töihin pääsystä.

- (47) Ylöjärvellä oli Perloksen toimiessa vajaat tuhat työtöntä. Nyt työttömiä on parisataa vähemmän. (KL 31.1.2007)

Esimerkki (47) on perinteisempi näyte yritys toimitilana -metonymiasta. ”Perloksen toimiessa” voidaan tässä nähdä lyhennyksenä lausekkeesta ”Perloksen tehtaan toimiessa”.

- (48) Äidin äitiysloma alkaa huhtikuussa. ”Kun palaan äitiyslomalta, Perlostakaan ei enää ole.” (HS 19.1.2007)

Tässä on kiinnostava esimerkki Perlos paikkana -metonymiasta. ”Perlos” voidaan tässä ymmärtää konkreettisesti niin, että ”Perloksen tehdasta ei enää ole”. Toisaalta se voidaan käsittää myös niin, että ”Perloksen tehtaassa ei ole enää toimintaa”,

jolloin itse tehdasrakennus on kuitenkin vielä paikallaan, mutta sen sisältö eli Perloksen laitteet ja muut tavarat on viety pois. Tätä näkemystä tukee esimerkki (49):

- (49) Tarkoitus on muun muassa etsiä korvaavia toimia Perlokselta vapautuviin tiloihin. (KL 17.1.2007)

”Perlokselta” vapautuu siis tiloja eli itse rakennukset jäävät paikoilleen, vaikka ”Perlos” lähteekin pois. Esimerkin (49) ”Perlos” voidaan siis määritellä ”Perloksen tehtaaksi”, jolloin lausekkeeksi muodostuisi ”Perloksen tehtailta vapautuviin tiloihin”. Toisaalta lause voidaan ymmärtää myös niin, että Perlos myy pois tehtänsä sisältämät tilat, joita se ei enää tarvitse, jolloin merkitykseksi voisi muodostua ”Perloksen omistuksesta vapautuviin tiloihin”. Tämä ei taas enää olisikaan yritys toimitilana -metonymiaa, vaan voisi soveltua paremmin esimerkiksi yritys yrityksenä -merkityksen alle.

- (50) Perloksen alihankkijan Karelia Siitakkeen toimitusjohtaja Heikki Pajula ehti tiistaina nipin napin hakea Perlokselta kuorman kännykänkuoria viimeisteltäväksi ennen kuin Perloksen työntekijöiden ulosmarssi sulki tehtaat. (HS 17.1.2007)

Esimerkissä (50) on useampia ”Perloksia”, mutta tämän luvun kannalta olennaisin on keskimäinen niistä, jossa ”Perlokselta” haetaan kuorma. Jos jotain haetaan joltakin, tämä ”joltakin” mielletään yleensä henkilöksi. Tässä tapauksessa en kuitenkaan käsittäisi sanan merkitystä näin. Toki toimitusjohtaja Pajula on voinut hakea kuormansa joltakin tietyltä henkilöltä Perloksen tehtaalla, mutta todennäköisemmin kuorma on saatu lastauslaiturilta, jossa on ollut satunnaisesti kuka tahansa henkilö luovuttamassa kuormaa, jolloin kuitenkin ei olisi tarpeen spesifioida kyseistä henkilöä kuorman antajaksi.

- (51) Vaikka tulevaisuus on epäselvä, myös elämä Perloksella oli jatkuvien yt-neuvotteluiden takia epävarmaa. (HS 23.9.2007)

Esimerkin (51) ”Perlos” voidaan helposti mieltää paikaksi paikallissijan käytön vuoksi, mutta tarkkarajaiseksi toimipaikaksi sitä on vaikea hahmottaa. Toisaalta paikka-metonymian ei mielestäni ole tarpeen olla täysin spesifi ja selkeä, kunhan se kuitenkin mielletään joksikin paikaksi tai tilaksi.

4.6 Merkitysten monimuotoisuus

Kuten aiemmissa luvuissa on käynyt ilmi, metonymiat eivät aina ole täysin yksiselkoisia ja helposti ymmärrettäviä, vaan ne voivat saada useita merkityksiä saman lauseen sisällä. Kuten Markert ja Nissim (2006) tutkimuksessaan totesivat, usein syynä on kaksi predikaattia, jotka voivat antaa erilaisen tulkinnan sanasta. Tässä luvussa tarkastelen lähemmin monimerkityksistä metonymian käyttöä.

- (52) Joidenkin asiantuntijoiden mukaan Perloksen – suomalaisen ja suomalaisten hallussa olevan yhtiön – päätös lopettaa kokonaan⁰tuotanto Suomessa on osoitus siitä, mihin ollaan menossa; työ karkaa sinne, missä se on halvempaa. Eikä Perlos ole ainoa laatuaan. (HS pääkirjoitus 16.1.2007)

Esimerkin (52) tekee mielenkiintoiseksi se, että ”Perlos” tavallaan määritellään ajatusviivoin erotetussa lausekkeessa, mutta toisaalta sille saadaan myös aivan erilainen merkitys, kun sanaa määritetään suhteessa päälauseen muihin sanoihin. ”Perloksen päätös lopettaa” luo merkitystä yrityksen päätöksentekijöistä eli hallituksesta ja yritysjohtosta. Merkitys on melko samanlainen kuin esimerkissä (7). Sivulauseen ”yhtiön” merkitys taas on yritys yrityksenä, sillä se voidaan nähdä melko yleisenä yrityksen merkityksenä. Toisaalta siinä voi nähdä myös toisen merkityksen, joka voi luoda tulkinnan yhtiön osakkeiden omistuksesta. Omistamista käsiteltiin laajemmin jo luvussa 4.4.

- (53) Valtaosan liikevaihdostaan Nokialta saava Perlos aloitti maanantaina 1400:aa työntekijää koskevat yt-neuvottelut. (HS 16.1.2007)

”Perlos” saa myös esimerkissä (53) tuplamerkityksen, kun sanaa edeltävä lauseke antaa sille eri merkityksen kuin lauseen verbi. Lauseenvastike voisi antaa ”Perlokselle” yritys yrityksenä -merkityksen, kun taas verbin avulla luodaan yritys jäse-
nestä -metonymiaa yrityksen personifikaation avulla. Tuplamerkityksen synty voi johtua usein virkkeiden lyhentämisestä, mikä puolestaan juontaa juurensa uutisen tai tiedotteen rakenteista, joissa asiat pyritään tiivistämään mahdollisimman nopeasti silmäiltävään muotoon (ks. luvut 2.3.3.1 ja 2.3.3.2).

(54) Olen vakuuttunut siitä, että tämän muutosprosessin myötä tulos-
kuntomme kohenee ja samalla parannamme kilpailukykyämme,
jotta pystymme yhä paremmin ja nopeammin vastaamaan asiak-
kaidemme muuttuviin tarpeisiin, Virtanen toteaa. (Perloksen tiedo-
te 15.1.2007)

(55) Kyllä tästä voi päätellä, että meidän markkinaosuutemme Nokian
tuotannossa on heikentynyt. (HS talous 16.1.2007)

Esimerkit (54) ja (55) eivät sisällä varsinaista ”Perlos”-sanaa, mutta se voidaan kuvitella niihin me-muodon tilalle. Puhuttaessa ”meistä” voisi yleisesti olettaa puhuttavan yrityksestä ja sen henkilöstöstä eli työyhteisöstä, mutta kun ”me” liitetään markkinaosuuteen, ei tämä selitys kuulosta enää kovin järkeenkäyvältä. Viit-
tauksesta tulee jälleen monimerkityksinen, kun ottaa huomioon eri kontekstit, sillä markkinaosuus viittaa elottomiin asioihin eli palvelujen ja tuotteiden markkina-
osuuksiin eikä yrityksessä työskenteleviin ihmisiin.

(56) Perloksella laillinen ulosmarssi? (KL väliotsikko 1.2.2007)

Esimerkistä (56) on vaikea sanoa pelkän lausekontekstin perusteella, mitä ”Per-
loksella” siinä tarkoitetaan. ”Perloksella” voidaan nähdä esimerkiksi merkitykses-
sä ”Perloksen työntekijöillä”, mutta se voisi myös olla ”Perloksen tehtaalla”, jol-
loin merkitys ei olisikaan henkilöön vaan paikkaan liittyvä ja tällöin se voidaan
vastuupohdinnan näkökulmasta liittää aivan erilaisiin asioihin. Esimerkiksi käyt-
tämällä paikka-merkitystä henkilön sijaan, voidaan tekijää häivyttää, jolloin vas-

tuu toiminnasta on vähemmän selvää kuin jos olisi käytetty sanaa henkilömerkityksessä. Laajemmasta kontekstista käy ilmi, että lauseessa puhutaan nimenaan Perloksen työntekijöiden ulosmarssista, mutta itse otsikosta ei siis selviä ”Perloksen” oikea merkitys.

Kuten tämän luvun esimerkeistä on käynyt ilmi, sanojen merkitykset eivät aina ole yksiselitteisiä. Sana voi saada useitakin eri merkityksiä yhtä aikaa eri lauseenosien vaikutuksesta. Monimerkityksisyys johtuu usein lauseiden tiivistämisestä, mutta sillä voi olla myös tärkeä merkitys tekijän hämärtämisessä.

4.7 Metafora metonymiaa muovaamassa

Goossens (1995) ja Cornelissen (2008) ovat esittäneet, että metaforilla ja metonymioilla on myös yhteisiä sanojen merkityksenmuodostustapoja. Esimerkiksi Cornelissen on todennut, että organisaatio henkilönä -metafora on hyvin yleinen tapa puhua organisaatioista, ja siinä organisaatio nähdään siis elävänä olentona. Se ei kuitenkaan ole sama asia kuin organisaatio jäsenestä -metonymia, jossa yrityksen nimi korvaa esimerkiksi relatiivilauseen. Organisaatio henkilönä - ja muita metaforia voidaan käyttää tekstin elävöittämiseen metonymioiden ohella. Nämä ilmaukset voivat kuitenkin vaikeuttaa sanan merkityksen tulkitsemista.

- (57) Rajuun saneeraukseen jälleen joutunut Perlos ja muut suomalaiset sopimusvalmistajat joutuvat yhä tiukemmin kamppailemaan Nokian tilauksista. Kiinassa ja muualla Aasiassa suomalaiset saavat vastaansa muun muassa hongkongilaisen Foxconnin ja amerikkalaisen Jabil Circuitin. (KL 16.1.2007)

Esimerkissä (57) ”Perlosta” ei voida pitää yhtenä tiettyä henkilönä vaan kokonaisuutena, joka kuitenkin inhimillistyy kamppailemaan muiden yritysten kanssa asiakkaasta. Tietyt verbit saavat tekstissä aikaan sen, että eloton olento kuten yritys muuttuukin elolliseksi. Usein nämä verbit ovat metaforisia, eli niitä ei pidä ymmärtää täysin kirjaimellisesti vaan pikemmin kuvainnollisesti. Esimerkin (57)

metaforisuus tulee verbistä ”kamppailla”, joka on tuotu organisaatiomaailmaan sota-aihepiiristä. Toisin kuin toisiaan vastaan sotivat maat kamppailevat jostakin maa-alueesta, organisaatiot ”kamppailevat” markkinaosuuksista ja paremmista sijoituksista markkinoilla.

- (58) Tappiollisen alihankkijan ruoriin joulukuussa hypännyt toimitusjohtaja Matti Virtanen pitää tulosparannusohjelmaan liittyvää yli sadan miljoonan euron vuotuista säästötavoitetta mahdollisena, vaikka markkinoilla tavoitetta luonnehditaan epärealistiseksi. (KL 16.1.2007)

Esimerkissä (58) Perloksesta käytetään nimeä alihankkija, mutta sanan merkitystä ei voida pitää pelkkänä yritys yrityksenä -merkityksenä. Sana saa metaforisen merkityksen ”yritys laivana”, kun yhtiön johtopaikalle tuloa verrataan laivan ruoriin astumiseen. Työelämän sanasto on verrattain uutta, minkä vuoksi siihen otetaan sanoja muista aihepiireistä, jotta asiat tulisivat helpommin ymmärretyksi vertaamalla niitä jo tunnettuihin aihealueisiin. Esimerkissä (59) on hieman vastaava esimerkki sairaanhoidon aihepiiristä:

- (59) Nimet Wärtsilä, Foxconn, UPM ja Perlos ovat antaneet sokkihoitoa suomalaiselle työelämälle. Jokaisen takana on ison tuotantolaitoksen lopetus Suomessa, ja moni on siirtänyt tuotannon ulkomaille. (KL 1.2.2007)

Yritykset eivät voi kirjaimellisesti antaa sokkihoitoa kenellekään saati abstraktille työelämälle, joten lause on ymmärrettävä kuvainnollisesti.

- (60) Perlos on kärsinyt erityisesti Euroopassa Nokian keskihintaisten puhelimien odotettua heikommasta kysynnästä. (HS 16.7.2007)

Esimerkin (60) tapaiset lauseet ovat hyvin yleisiä käsittelemissäni teksteissä, mikä on tullut jo ilmi esimerkiksi luvussa 4.2, jossa käsiteltiin henkilömetonymioita. Tässä kuitenkin verbi ei spesifioi ketään tiettyä henkilöä teon takana, kuten esi-

merkiksi verbit ”arvioida” tai ”ennakoida”, vaan kyse on yrityksestä kokonaisuudessaan mutta niin, että se ei kuitenkaan saa merkitystä ”yritys yrityksenä” vaan pikemmin ”yritys henkilönä”, eli kyseessä on jälleen personifikaatio. Toki ”Perlos” voidaan nähdä niinkin, että joku yrityksen henkilö on todennut, että ”me kärsimme heikosta kysynnästä”, jolloin ”Perlos” voitaisiin nähdä enemmän metonymisena muotona, mutta pidän tätä hyvin epätodennäköisenä.

Personifikaatiosta on kyse myös esimerkissä (61):

- (61) Perlos pitää kiinni työntekijöistään työsopimuksen salassapitopykälän nojalla. Sen mukaan työntekijät eivät saa uudessa työpaikassaan käyttää hyväkseen tekniikkaa, taitoa ja tietoa, joka on hankittu Perloksessa. (HS 3.2.2007)

Epäilen, että yritys ei pidä konkreettisesti kiinni henkilöistä, vaan sanamuoto tarkoittaa ehkä enemmänkin henkistä kuin fyysistä kiinnipitämistä, jossa henkilöt ovat allekirjoituksellaan mukana.

- (62) Perloksen raunioille perustettaviin yrityksiin toivottiin investointitukea. (HS 19.1.2007)

Yhtiön tehtailta jäämät tilat eivät varsinaisesti ole raunioita, sillä ne ovat edelleen pystyssä ja ehjiä. Sanamuotoa käytetäänkin kuvainnollisesti uuden alun osoittamiseksi, kun kyseistä yritystä ei enää alueella ole. ”Perlos” voitaisiin metonymisesti määritellä tässä esimerkiksi ”Perloksen tehtaaksi”.

- (63) Entinen Ruotsin-laivojen baarimestari Jorma Huttunen pääsi Perlokselle töihin 1999 ja Tarja muutaman vuoden pätkätyövaiheen jälkeen vakituiseksi 2004. Joensuuhun he muuttivat 1997. Kun Perloksen ovi aukeni, he päättivät asettua paikoilleen. (HS 27.1.2007)

Esimerkissä (63) on mielenkiintoinen vertauskuva, kun puhutaan ”Perloksen oven aukeamisesta”. Kyseessä voi olla konkreettinenkin ovi kuten esimerkiksi kyseisen tehtaan ovi, jonka esimies on henkilölle avannut tämän tullessa ensi kertaa töihin. Todennäköisempää kuitenkin on, että kyseessä on metaforinen ilmaus, jossa työpaikan saamista verrataan uuden oven aukeamiseen, joka puolestaan viittaa uusiin mahdollisuuksiin.

Metaforia esiintyy teksteissä runsaasti, mikä voi johtua esimerkiksi tekstin elävöittämishalusta, mutta metaforat ovat kielenkäytössämme hyvin yleisiä, joten ne voivat tulla teksteihin myös tiedostamatta.

4.8 Metonymiat tiedotteessa ja uutisissa

Kuten aiemmista luvuista on ilmennyt, sekä tiedotteessa että uutisissa käytetään paljon erilaisia metonymioita. Uutisen ja tiedotteen rakenteellisen yhteneväisyyden vuoksi eroja metonymioiden käytössä on kaikesta huolimatta melko vähän.

Yhtenä erona voidaan kuitenkin pitää sitä, että yritys ei käytä ainakaan itsestään organisaatio tapahtumana -metonymiaa. Tämä on melko helppo ymmärtää, sillä kuten luvussa 2.3.3.2 totesin, uutisen yhtenä tehtävänä on yhteiskunnallisten ilmiöiden selittäminen kansalaisille, mistä syystä uutiset voivat tätä metonymiaa käyttääkin. Tiedotteen tehtäviin ei kuulu kuvata ympäröivän maailman ilmiöitä, vaan kertoa lyhyesti mitä on tapahtunut. Usein organisaatio tapahtumasta -metonymia liittyy myös johonkin uutisarvoiseen asiaan, jonka yritys on tiedotteessaan julkaissut, jolloin yritys ei itsessään vielä pysty tapahtuneesta omana itsenään puhumaan, vaan siitä muodostuu tapahtuma ja ilmiö vasta uutisoinnin ja julkisen keskustelun kohteeksi joutumisen jälkeen.

Kuten luvun 4.3 esimerkeistä kävi ilmi, Perlokseen viitattiin uutisissa työntekijöiden näkökulmasta esimerkiksi aikana, jonka he ovat siellä töissä ollessaan viettäneet. Tiedotteessa tämäntyyppistä metonymiaa ei esiinny, sillä työntekijöistä ei puhuta yksityisemmällä tasolla ihmisinä vaan yleisemmin henkilöstönä, joka on

yri­tyk­sen omai­suutta tai resurssi. Perloksen aikana tai paikkana esittävät me­tonymiat ohjaavat usein huomion sellaisiin tulosparannusohjelman kielteisiin seurauksiin, joihin viittaamista yhtiön johto haluaa todennäköisesti välttää. Tiedotteessa ei myöskään ole metaforisia käyttötapoja ”Perlokselle”, mikä voi johtua esimerkiksi siitä, että tiedotteen on pyrittävä neutraaliuteen ja siinä tulisi puhua asioista mahdollisimman yksiselitteisesti eikä kuvainnollisesti.

5 Lopuksi

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli tutkia, miten ”yritys” esitetään mediateksteissä ja mitä tai ketä silloin oikeastaan tarkoitetaan. Tarkoituksena oli siis selvittää, millaiseksi kokonaisuudeksi ”yritys” hahmottuu irtisanomisia koskevissa lehtiteksteissä ja millaisiin toimijoihin tai kategorioihin yrityksen nimellä ja siihen viittavilla sanoilla viitataan.

Tarkastelin aihettani kriittisen diskurssianalyysin näkökulmasta, jolloin tarkoitukseni ei ollut vain selvittää, millaisia ilmiöitä tekstistä löytyy, vaan myös tulkita ja ymmärtää niiden syitä ja taustatekijöitä. Tarkastelemani tekstien kontekstit vastuu- ja irtisanomisdiskursseista uutisten ja tiedotteiden tekstilajeihin saavat kaikki vaikutteita laajemmasta mittakaavasta kuten yritysten suhteesta toisiinsa ja yhteiskuntaan sekä median tehtävistä ja tavoitteista. Tärkeänä on siis ollut mitä- ja miten-kysymysten lisäksi kysymys miksi. Miksi tiettyjä sanamuotoja käytetään ja miksi jotain on jätetty sanomatta? Tekstintutkimuksen välineenä käytin metonymia-analyysia. Metonymia tarkoittaa ilmauksen tai sanan korvaamista toisella, asiaan läheisesti liittyvällä sanalla.

Tutkimuskysymykseni olivat seuraavat:

- Mitä yritykseen liittyviä metonymioita teksteistä on löydettävissä?
- Mitä eroja ja yhtäläisyyksiä tekstien välillä on metonymian käytössä?
- Millaisen käsityksen toimijan vastuusta metonymiset käyttötavat antavat?

5.1 Keskeiset tulokset ja päätelmät

Seuraavaksi käyn läpi keskeisimpiä tuloksiani. Kuten aiemmissa tutkimuksissa on käynyt ilmi, myös tässä tutkimuksessa tuli selväksi, että metonymiat ovat hyvin yleisiä kielenkäyttötapoja puheessa organisaatioista. Niitä esiintyy tiuhaan ja niitä esiintyy erilaisia. Aineistostani löysin seuraavia metonymian tyyppejä: organisaa-

tio jäsenestä, organisaatio tapahtumana, organisaatio laskennallisena kokonaisuutena ja organisaatio paikkana.

Organisaatio jäsenestä -metonymia jakautui useampaan eri kategoriaan. Johto toimijana oli hyvin yleinen metonymian laji käsittelemässäni teksteissä. Monessa esimerkissä, jossa yritys puhuu tai tekee jotain, kyse oli yhtiön hallituksesta tai johdosta tekijänä. Huomionarvoista on, että henkilöstöstä puhuttiin ennemmin ”perloslaisina” tai ”Perloksen työntekijöinä/henkilöstönä” kuin ”Perloksena”. On mielenkiintoista, että periaatteessa henkilöstö sisältyy ”Perloksen” yleismääritelmään, mutta kuitenkin heistä ei puhuta pelkkänä ”Perloksena”. Taustajatoksena tässä voisi olla esimerkiksi se, että yrityksen työntekijöitä pidetään pikemminkin yrityksen omaisuutena ja resurssina kuin yksittäisinä toimijoina tai päätöksentekijöinä. Näin ollen henkilöstö nähdään osana koko organisaation rakennetta. Vastuunäkemyksen kannalta havainto on mielenkiintoinen, sillä henkilöstöä ei tällöin näyttyädy vastuullisena yritykseen liittyvistä tapahtumista, joissa ”Perlos” esiintyy toimijana. Lisäksi voidaan ajatella, että kun henkilöstöä esitetään vain resurssina eikä ihmisinä, johdon tekemät päätökset henkilöstövähennyksistä voivat tuntua helpommilta ja ymmärrettävämiltä ratkaisuilta.

Organisaatio jäsenestä -metonymia viittasi toisinaan myös johdon ja henkilöstön ulkopuolisiin tekijöihin, joiden ei voida katsoa kuuluvan yrityksen tyypilliseen merkitykseen. Näihin lukeutuivat esimerkiksi tehtaiden rakentamisessa käytetyt työmiehet, jotka varsinaisesti eivät ole yrityksen palkkalistoilla mutta jotka tekevät töitä yrityksen puolesta.

Organisaatio tapahtumana -metonymiaa löytyi melko runsaasti lähinnä uutisteksteistä. Voidaan ajatella, että yritys ei itse voi viitata itseensä tapahtumana ainakaan tiedotteessaan, jossa se kertoo ensimmäistä kertaa tietystä toimesta. Aiheesta muodostuu tapahtuma ja ilmiö vasta uutisoinnin ja julkisen keskustelun kohteeksi joutumisen myötä, jolloin keskusteluissa voidaan viitata tapahtumaan lyhyesti vain esimerkiksi ”tulevilla perloksilla”. Uskoisin, että tällainen metonyminen kielenkäyttötapa on melko yleinen talousuutisoinnissa ja varsinkin irtisanomisdis-

kurssissa, jossa voidaan esimerkiksi verrata eri yritysten irtisanomistapahtumia toisiinsa puhumalla vain pelkillä yritysten nimillä.

Organisaatio laskennallisena kokonaisuutena -metonymia, jota sekä uutisissa että lehtiteksteissä esiintyi melko yleisesti, vastaa osittain Cornelissenin (2008) määrittelemää organisaatio indeksinä -metonymiaa, mutta se sisältää myös muita ulottuvuuksia. Cornelissenin mukaan indeksimetonymiassa on kyse vain yrityksen osakkeista ja muista arvopapereista, mutta oman analyysini pohjalta voin todeta, että organisaation nimi ja sen kanssa vuorottelevat yleisnimet voivat viitata organisaation talouteen ja taloudellisiin lukuihin huomattavasti monimuotoisemmin. Tunnistamani taloudelliseen tilanteeseen ja rakenteeseen liittyvät metonymiat kytkeytyvät toisinaan läheisesti yritys yrityksenä -perusmerkitykseen, mutta tarkemmin tarkasteltuna niiden sisältö voidaan aukaista pidemmiksi lausekkeiksi kuin pelkkä yritys yrityksenä -merkitys antaisi myöten.

Kuten yllä mainitsemassani henkilöstö toimijana -metonymiassa myös organisaatio laskennallisena kokonaisuutena -metonymiassa henkilöstö näyttäytyy resurssina ja yhtenä massana pikemminkin kuin yksittäisinä henkilöinä. Tämä ilmenee esimerkiksi tilanteissa, joissa kerrotaan ”yrityksen” vaihtavan omistajaa. Yritykseen tai sen omaisuuteen voidaan tällöin laskea paitsi yrityksen osakkeet myös yrityksen toimitilat ja tehtaat samoin kuin henkilöstö ja muut aineettomat resurssit. Omaisuutta voidaan pitää laskennallisena määreenä, kuten esimerkiksi yrityksen taseessa tehdään. Työntekijän näkökulmasta asia ei ole näin yksinkertainen, ja häntä voikin loukata kyseinen tapa ajatella yrityksen työntekijöistä. Talousuutisoinnissa usein kuitenkin yritystä voidaan pitää pääasiallisena uutiskohteena, jolloin ihmiset jäävät toiselle sijalle. Työntekijöiden kanta irtisanomisiin tuodaan usein ilmi vasta jälkiuutisoinnissa.

Yritys laskennallisena kokonaisuutena -metonymiaan liittyy myös keskustelu yhtiön kannattavuudesta ja kustannusrakenteesta. Yrityksen kannattavuudesta puhuttaessa kyse on yrityksen talouden kannattavuudesta, jolloin kyseessä on siis jokin taloudellinen luku, josta kannattavuuden voi määrittellä. Samoin yrityksen kustan-

nusrakenne on laskennallinen määre, jolloin sitäkin voitaisiin pitää indeksimetonymiana tai ainakin jonakin sen muotona.

Organisaatio paikkana -metonymiassa yrityksen nimi viittaa johonkin yrityksen paikkaan kuten pääkonttoriin tai tehtaisiin. Viittaussuhde ei aina ole täysin selkeä, mutta usein jo summittainen yritykseen liittyvä paikan tai tilan merkitys on kontekstissaan riittävä. Paikka-metonymioita löytyi aineistostani runsaasti, ja monesti ne saivat laajempia ja vivahteikkaampia merkityksiä kuin jokin tietty toimipiste. Monimerkityksisiä yritykseen tai sen eri ulottuvuuksiin viittaavia sanoja löytyi muistakin kategorioista tai ne saattoivat olla myös useamman eri kategorian yhteenliittymiä. Usein syynä monimerkityksisyyteen saattoi olla kaksi predikaattia, mutta mahdollisia olivat myös erilaiset lauseenvastikkeet yhdistettynä yhteen tai useampaan predikaattiin. Myös erilaiset metaforiset ilmaukset kuten tietyt verbit saattoivat luoda yrityksestä aivan erilaisen merkityksen kuin mitä muuten sanasta olisi voinut päätellä. Metaforisia metonymioita esiintyi uutisteksteissä melko paljon, mutta ei niinkään tiedotteessa. Tämä voi johtua tekstien erilaisesta luonteesta ja tekstilajin mukaisista odotuksista. Tiedotteen odotetaan olevan pohjimmiltaan melko neutraali teksti, kun taas uutiseen ja erityisesti taustoittaviin juttutyyppeihin soveltuvat paremmin erilaiset elävöittämiskeinot, joilla lukija pyritään saamaan kiinnostumaan tekstistä. Muuten metonymioita esiintyy paljon molemmissa tekstilajeissa, mikä puolestaan voi johtua molemmille tyypillisestä tiiviistä kirjoitustavasta, jossa asia pyritään sanomaan mahdollisimman lyhyesti.

Mitä toimijan vastuukuvaan tulee, metonymioilla voidaan irtisanomisuutisoinnissa usein hämärtää toimijaa, kun sitä ei suoraan ilmaista. Näin ollen myös päätöksen takana oleva vastuutaho jää epäselväksi. Usein vasta myöhemmissä lehtikirjoituksissa haetaan vastuullisia tekijöitä, kun myös näkökulma muuttuu enemmän yrityksestä työntekijöihin.

5.2 Jatkotutkimusaiheita

Aineistoni rajallisuuden vuoksi metonymioiden esiintymisestä ei voida tehdä suuria yleistyksiä, minkä vuoksi jatkotutkimuksen kannalta olisi ehkä mielekästä käyttää laajempaa aineistoa, jotta eri tekstilajien välistä vertailua metonymioiden käytöstä voitaisiin tehdä. Uutisten ja lehdistötiedotteiden lisäksi olisi kiinnostavaa tietää, miten organisaatioon ja sen eri osiin viittaavia metonymioita käytetään henkilöstölle suunnatuissa teksteissä ja millaisia vaikutuksia niillä on esimerkiksi organisaation hengen luonnissa. Kuten tutkimuksessani kävi ilmi, yrityksen nimeä ei ainakaan aineistoni teksteissä käytetty henkilöstön merkityksessä, mutta jos tekstin kohderyhmä onkin henkilöstö, metonymioita voidaan käyttää toisin.

Hirston, Porttikiven ja Moisanderin (2010) tutkimuksessa on tarkasteltu Perloksen irtisanomisiin liittyvää keskustelua myös sanomalehtien keskustelupalstoilla internetissä. Nämä keskustelupalstat ovatkin erittäin mielenkiintoisia merkitysten muodostumisen kannalta, ja niistä voitaisiin tutkia esimerkiksi sitä, -käsittelevätkö keskustelijat toimittajan tekemiä kielellisiä valintoja. Tällöin voisi olla mahdollista tarkastella, miten metonymioita tulkitaan ja ymmärretään eri tavoin.

Lähteet

Anttilainen, Susanna 2009. *Johtajuuden rakentuminen toimitusjohtajan blogiteksteissä: metafora-analyysi tapauksesta Finnair*. Pro gradu -tutkielma. Helsingin kauppakorkeakoulun kielten ja viestinnän laitos.

Arvopaperimarkkinalaki 23.8.2012.

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1989/19890495>

Barthes, Roland 1990. *S/Z*. Englanniksi kääntänyt Richard Miller. Blackwell, Oxford.

Bhatia, Vijay K. 2004. *Worlds of Written Discourse. A Genre-Based View*. Continuum, London.

Cornelissen, Joep P. 2008. Metonymy in Language about Organizations: A Corpus-Based Study of Company Names. *Journal of Management Studies* 45:1 pp. 79–99.

Deegan, Craig 2002. Introduction: The legitimizing effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. Teoksessa *Social and environmental reporting and its role in maintaining or creating organizational legitimacy*, sarja *Accounting, auditing & accountability journal*, vol. 15, no. 3. Emerald Group Publishing, Bradford, Englanti. 282–311.

Drury, Colin 2004. *Management and Cost Accounting*. 6. edition. Thomson Learning, London.

Fairclough, Norman 1989. *Language and Power*. Longman, London.

Fairclough, Norman 1997. *Miten media puhuu*. Suomentaneet Virpi Blom & Kaarina Hazard. Vastapaino, Tampere.

Fairclough, Norman 2003. *Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research*. Routledge, London.

Finanssivalvonta 23.8.2012.

<http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Listayhtiolle/Tiedonantovelvollisuus/Pages/Default.aspx>

Fiske, John 1992. *Merkkien kieli*. Suomeksi toimittaneet Veikko Pietilä & Risto Suikkanen & Timo Uusitupa. Vastapaino, Tampere.

Goossens, Louis 1995. Metaphtonomy: The Interaction of Metaphor and Metonymy in Figurative Expressions for Linguistic Action. Teoksessa *By Word of Mouth: Metaphor, Metonymy and Linguistic Action in a Cognitive Perspective*, toim. Goossens, L. ym. John Benjamins Publishing Co., Amsterdam. 159–174.

Haapala, Katja 2004. *Henkilöstövähennys vai potkut? Vertaileva tutkimus yritysten ja sanomalehtien luomasta irtisanomisdiskurssista*. Pro gradu -tutkielma. Helsingin kauppakorkeakoulun kielten ja viestinnän laitos.

Halliday, M.A.K. & Hasan, Ruqayia 1985. *Language, Context, and Text: Aspects of Language in a Social-Semiotic Perspective*. Oxford University Press, Oxford.

Hemánus, Pertti 1990. *Journalistiikan perusteet – Johdatus tiedotusoppiin 2*. Yliopistopaino, Helsinki.

Hiidenmaa, Pirjo 2000. Lingvistinen tekstintutkimus. Teoksessa *Kieli, diskurssi & yhteisö*, toim. Sajavaara Kari ja Piirainen-Marsh Arja. Jyväskylän yliopistopaino. 161–190.

Hilpert, Martin 2006. Keeping an eye on the data: Metonymies and their patterns. Teoksessa *Corpus-Based Approaches to Metaphor and Metonymy*, toim. Anatol Stefanowitsch & Stefan Th. Gries. Mouton de Gruyter, Berliini. 123–151.

Hirsto, Heidi & Porttikivi, Merja & Moisander, Johanna 2010. Online discussion as a site of social movement activity: Politicizing the corporation through discursive struggle. Teoksessa *Vastuutonta puhetta? Esseitä talouden merkityksellistämistä*, Heidi Hirsto, väitöskirja, Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu, Helsinki. 129–157.

Hirsto, Heidi & Moisander, Johanna 2010. Restructuring responsibility: Globalist articulations of business-society relations. Teoksessa *Vastuutonta puhetta? Esseitä talouden merkityksellistämistä*, Heidi Hirsto, väitöskirja, Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu, Helsinki. 105–127.

Huovila, Tapani 2001a. *Toimittaja – vastuussa oleellisesta muutoksessa*. 4. uudistettu painos. Yliopistopaino, Jyväskylä.

Huovila, Tapani 2001b. *Uutinen eri välineissä. GSM-sähkeestä taustajuttuun*. Tummuvuoren Kirjapaino Oy, Vantaa.

Iso suomen kielioppi 2005, 3. painos. Toim. Auli Hakulinen et. al. Suomalaisen kirjallisuuden seura, Helsinki.

Juholin, Elisa 2004. *Cosmopolis: yhteiskuntavastuusta yrityskansalaisuuteen*. Inforviestintä Oy, Helsinki.

Juholin, Elisa 2009. *Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön*. 5. uudistettu painos. Infor Oy, Helsinki.

Karlsson, Fred 2006. *Yleinen kielitiede*. Uudistettu 3. painos. Yliopistopaino, Helsinki.

Karvonen, Erkki 1997. *Imagologia. Imagon teorioiden esittelyä, analyysiä, kritiikkiä*. Tampereen yliopisto.

Kuiri, Kaija 2004. *Semantiikan peruskurssi. Luennot ja harjoitukset*. Tampereen yliopistopaino Oy, Tampere.

Kunelius, Risto 2003. *Viestinnän vallassa: johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin*. 5. uudistettu painos. WSOY, Helsinki.

Lakoff, George & Johnson, Mark 1980/2003. *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.

Lassen, Inger 2006. Is the Press Release a Genre? A Study of Form and Content. *Discourse Studies* 8 (4): 503–530.

Lecolle, Michelle 2001. Métonymie dans la presse écrite: entre discours et langue. *Travaux neuchâtelois de linguistique* 34/35, 153–170.

Lehtonen, Jaakko 2002. *Julkisuuden riskit*. Mainostajien liitto, Helsinki.

Lehtonen, Mikko 2004. *Merkitysten maailma*. 5. painos. Vastapaino, Tampere.

Leino, Pentti 1983. Mielikuvat kielikuvien takana. *Virittäjä* s. 107–116. Saatavilla osoitteesta: http://www.kotikielenseura.fi/virittaja/hakemistot/jutut/1983_107.pdf. Luettu 20.2.2012.

Leino, Pentti 1993. *Polysemia – kielen moniselitteisyys*. Yliopistopaino, Helsinki.

Lemke, Jay L. 1990. *Talking Science: Language, Learning, and Values*. Ablex Publishing Corporation, Westport.

Lovio, Raimo & Kuisma, Mika 2004. Ympäristönsuojelun ja yritystalouden yhteensovittamisen haaste. Teoksessa *Ympäristö ja liiketoiminta. Arkiset käytännöt ja kriittiset kysymykset*, toim. Eva Heiskanen. Gaudeamus, Helsinki. 17–49.

Luukka, Minna-Riitta 2000. Näkökulma luo kohteen: diskurssintutkimuksen taustaoletukset. Teoksessa *Kieli, diskurssi & yhteisö*, toim. Sajavaara Kari ja Piirainen-Marsh Arja. Jyväskylän yliopistopaino. 133–160.

Markert, Katja & Nissim, Malvina 2006. Metonymic proper names: A corpus-based account. Teoksessa *Corpus-Based Approaches to Metaphor and Metonymy*, toim. Anatol Stefanowitsch & Stefan Th. Gries. Mouton de Gruyter, Berliini. 152–174.

MOT Gummerus Uusi suomen kielen sanakirja 29.9.2012.

<http://mot.kielikone.fi>

Musson, Gill & Tietze, Susanne 2004. Places and Spaces: The Role of Metonymy in Organizational Talk. *Journal of Management Studies* 41:8 pp. 1301–1323.

NASDAQ OMX Helsinki 1.9.2011. *Yhtenäiset tiedottamissäännöt*. Luettu 23.8.2012.

http://nasdaqomx.com/digitalAssets/75/75688_yhteniset_tiedottamissnt_01092011_final.pdf

Osakeyhtiölaki 31.8.2012.

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060624>

Porter, Michael E. & Kramer, Mark R. 2006. Strategy & Society. The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*. December 2006. 78–92.

Putnam, Linda 2004. Dialectical Tensions and Rhetorical Tropes in Negotiations. *Organization Studies* 25 (1): 35–53.

Riad, Sally & Vaara, Eero 2011. Varieties of National Metonymy in Media Accounts of International Mergers and Acquisitions. *Journal of Management Studies* 48:4 pp. 737–771.

Riihijärvi, Teemu 2007. *Irtisanomisilmoitusten vaikutukset osakemarkkinoihin ja yrityksen tulokseen*. Pro gradu -tutkielma. Helsingin kauppakorkeakoulun markkinoinnin ja johtamisen laitos.

Rohweder, Liisa 2004. *Yritysvastuu – kestävä kehitys organisaatiotasolla*. WSOY, Helsinki.

Rytkölä, Jenni 2008. *Vastuun viestintä. Yritysten yhteiskuntavastuuraportit vastuullisen liiketoiminnan määrittelijöinä*. Pro gradu -tutkielma. Helsingin kauppakorkeakoulun kielten ja viestinnän laitos.

Saeed, John I. 2003. *Semantics*. 2. painos. Blackwell, London.

Salonen, Tytti 2006. *Johtajuuden legitimiys mediassa. Elisan vuoden 2003 ja Soneran vuoden 2005 irtisanomiskysymykset*. Pro gradu -tutkielma. Helsingin kauppakorkeakoulun markkinoinnin ja johtamisen laitos.

Shore, Susanna & Mäntynen, Anne 2006. Johdanto. Teoksessa *Genre – tekstilaji*, toim. Anne Mäntynen, Susanna Shore ja Anna Solin. Hakapaino Oy, Helsinki. 9–41.

Suomen kielen perussanakirja 2001. *Suomen kielen perussanakirja. Kolmas osa: S–Ö*. Toim. Risto Haarala et. al. Edita, Helsinki.

Swales, John M. 1990. *Genre Analysis. English in Academic and Research Settings*. Cambridge University Press, Cambridge.

Talvio, Cai ja Välimaa, Mikko 2004. *Yhteiskuntavastuu ja johtaminen*. Edita, Helsinki.

van Dijk, Teun A. 1993. Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society* vol. 4(2): 249–283.

van Dijk, Teun A. 1997. The Study of Discourse. Teoksessa *Discourse as Structure and Process*, toim. Teun A. van Dijk. Sage Publications Ltd, London.

Varis, Markku 1998. *Sumea kieli. Kiertoilmauksen muoto ja intentio nykysuomessa*. Suomalaisen kirjallisuuden seura, Helsinki.

Väliverronen, Esa 1998. Mediatekstistä tulkintaan. Teoksessa *Media-analyysi: tekstistä tulkintaan*, toim. Anu Kantola, Inka Moring ja Esa Väliverronen. Tammer-paino, Tampere. 13–39.

Wikipedia 29.9.2012.

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Kannattavuus>