

Meriläinen, L., L. Kolehmainen & T. Nieminen (toim.) 2012. AFinLA-e Soveltavan kielitieteen tutkimuksia 2012 / n:o 4. 22–35.

Sanna Machaal

Vaasan yliopisto

Puhe kehittämistä pörssiyritysten vuosikertomusten strategiateksteissä

The article examines companies' annual reports. An annual report invariably specifies a company's strategy. This strategy is used to communicate the future plans of the company and how it will be developed. The aim of this study is to analyze the linguistic choices used in the strategies when the development of the company is discussed and what these choices mean. The analysis is based on systemic-functional linguistics, and it focuses on the processes of clauses. The analysis reveals that future speech is constructed in the strategies by the material process 'develop'. It is expressed more in passive than in active and more in grammatical metaphor than finite form. The meaning is also abstract. The verb *develop* and the related linguistic choices are one resource to construct a positive and go-ahead image in the context.

Keywords: annual report, strategy, context of situation

1 Johdanto ja tausta

Tarkastelen tässä artikkelissa pörssiyhtiöiden vuosikertomusten strategiatekstejä. Tarkasteluni teoriataustana on systeemis-funktionaalinen kielitiede, ja tavoitteenani on kuvata, miten puhe kehittämisestä rakentuu kielellisten valintojen kautta strategiatekstiin ja mitä merkityksiä valinnat saavat.

Strategia kuuluu eri organisaatioiden, kuten pörssiyhtiöiden, julkishallinnon ja kolmannen sektorin, johtamiseen ja suunnittelutyöhön. Strategiaa on tutkittu ja pyritty selittämään eri tavoin liiketaloustieteissä ja organisaatiotutkimuksissa, ja siitä on löydetävissä useita eri määritelmiä (Mintzberg, Ahlstrand & Lampel 1998). Strategia ei kuitenkaan ole olemassa tai se ei ole viestittävässä, jos sitä ei pueta kielelliseen – suulliseen tai kirjalliseen – muotoon.

Viestinnän kanavia on nyky maailmassa useita, mutta vuosikertomus on yritysten, yhteisöjen ja yhdistysten yksi tärkein sidosryhmäviestinnän väline – erityisesti ulkoisen viestinnän väline. Jos puhutaan pörssiyhtiön vuosikertomuksesta, on sillä korostettu rooli sijoittajaviestinnässä. (Leppiniemi & Virtanen 2003: 11.) Pörssiyhtiöiden vuosikertomuksen pääosana on lain velvoittama tilinpäätös, joka koostuu selostusosasta ja taulukko-osasta (Mars, Virtanen & Virtanen 2000). Tilinpäätöstietojen lisäksi vuosikertomuksessa on niin sanottu narratiivinen osuus, jota eivät lait ja säännökset määrää. Se sisältää esimerkiksi toimitusjohtajan katsauksen, toimialaosion, yritysvastuuosion, henkilöstöosion ja strategian. Vuosikertomus mahdollistaa siis strategiatekstin pukemisen kirjalliseen ja viestittävään muotoon.

Vuosikertomukset ovat olleet tutkimuksen kohteena jo yli kolme vuosikymmentä. Erityisesti vuosikertomukseen konventioksi muodostunut toimitusjohtajan katsaus on ollut mielenkiinnon kohteena. Aikaisemmissa tutkimuksissa toimitusjohtajan katsauksella nähdään olevan tavoitteena luottamuksen ja hyvän yrityskuvan muodostaminen (ks. Thomas 1997; Hyland 1998; Clarke & Murray 2000). Vuosikertomuksen narratiivista osuutta on tutkittu myös laajemmin. Bhatia (2004) kirjoittaa vuosikertomuksen olevan informatiivinen tekstilaji, jossa on myös promotionaalisen tekstilajin ominaisuuksia. Tätä ajatusta tukee Rutherfordin (2005) artikkeli, jossa hän on pyrkinyt korpustutkimuksen avulla määrittelemään vuosikertomuksen narratiivisen osuuden eli OFR:n (*Operating and Financial Review*) tekstilajin vaatimukset. Hän on tullut siihen tulokseen, että tekstilajissa käytetään melko yksipuolisesti positiivista sanastoa ("Polyanna effect"). Vastaavasti Malavasi (2005) on tutkinut korpuslingvistiikan keinoin pankkien vuosikertomuksia. Hän osoittaa, että vuosikertomusten tehtävänä ei ole vain informoida ja jakaa taloudellista tietoa, vaan vuosikertomukset pyrkivät edistämään yhtiön julkisuuskuva ja jättämään lukijoihin positiivisen vaikutelman yhtiöstä.

Kiinnostukseni tässä artikkelissa kohdistuu vuosikertomuksen strategiatekstiin ja siihen, mikä on sen merkitys vuosikertomuksessa. Vuosikertomuksen strategiatekstiä on tutkittu aikaisemmin. Meek, Roberts ja Gray (1995) ovat tutkineet, mitkä tekijät vaikuttavat siihen, millaisia strategisia, taloudellisia ja ei-taloudellisia eikä lain vaatimia tietoja monikansalliset yhtiöt paljastavat vuosikertomuksissaan. Vastaavasti Santema ja Van de Rijt (2001) ovat tutkineet, kuinka paljon hollantilaiset pörssi-yhtiöt paljastavat asioita vuosikertomuksen strategiaosuudessa. Santema, Hoekert, Van de Rijt ja Oijen (2005) ovat vertailleet eri maiden pörssi-yhtiöiden vuosikertomusten strategiaosuutta ja pyrkineet todentamaan, onko kansallisella kulttuurilla ja yhtiön hallituksella vaikutusta siihen, kuinka laajasti yhtiöt paljastavat strategiaansa. Rogers, Gunesequera ja Yang (2007) ovat lähestyneet strategiaa kielitieteelliseltä pohjalta. He ovat tutkineet, mitä retorisia keinoja johtajien pitäisi käyttää viestiessään strategiaa ja mitä tekstuaaliset ominaisuudet merkitsevät, kun luodaan muutospuhetta.

Koska vuosikertomukseen sisältyvä strategiateksti luodaan kielellä, kohdistan mielenkiintoni ja tutkimukseni nimenomaan strategiatekstin kieleen ja merkityksiin huomioiden tilannekontekstin. Tutkimukseni pyrkii osaltaan vastaamaan siihen, mikä tai mitä strategia on.

2 Teoria ja menetelmä

Analyysini teoreettisena perustana on systeemis-funktionaalinen kielitiede, joka pohjautuu M. A. K. Hallidayn systeemis-funktionaaliseen kielioppiin. Systeemis-funktionaalisisessa lähestymistavassa voidaan erottaa kaksi näkökulmaa: kuinka ihmiset käyttävät kieltä ja miten kieli rakentuu tätä käyttöä varten. (Eggins 1994: 2.) Systeemillä kuvataan kielen paradigmaattisia suhteita. Jokaisella kielen tasolla on oma paradigmaattisten suhteiden verkosto, vaihtoehtojen valikoima. Systeemisyys on siten kielellisten valintojen tekemistä. Jokaista kielellistä valintaa voidaan verrata siihen, mitä muita mahdollisia valintoja olisi voitu tehdä. Tätä kielellisten valintojen joukkoa Halliday nimittää *merkityspotentiaaliksi*. (Halliday 1978: 39–41.) Sanavalintoja ei voida sanoa neutraaleiksi tai sattumanvaraisiksi, vaan ne ovat strategisia valintoja, joilla rakennetaan merkityksiä. Kieliopin systeemin osalta esimerkkinä voi olla lause, joka realisoituu väitteenä, kysymyksenä tai käskynä. Jokainen näistä rakentaa merkitystä eri tavalla. (Luukka 2002: 106.) Halliday (1978: 192) korostaa myös, että kieli on resurssi. Viestintätilanteessa käytämme tätä resurssia luodaksemme sanoman, ja sanoman merkitys valikoituu merkityspotentiaalista. Näin myös strategiateksti luodaan käyttämällä kieltä resurssina ja tekemällä valintoja merkityspotentiaalista.

Halliday (1985: 15, 17) nojautuu systeemisyyden lisäksi funktionaaliseen kielikäsitteeseen. Funktionaalisuus ymmärretään siten, että kielellä tehdään asioita eikä sitä pidä ymmärtää vain kielen käyttönä vaan kielen perimmäisenä ominaisuutena. Tähän kielen funktionaalisuuteen pohjautuu SF-kieliopin yksi keskeinen käsite, joka on monifunktioisuus. Sillä tarkoitetaan sitä, että kielellä on kolme perustehtävää ja että yksittäinen lause voi saada merkityksen kolmella eri tasolla. Tasoja kuvataan metafunktioiden avulla, ja nämä ovat ideationaalinen, interpersoonainen ja tekstuaalinen. (Halliday & Matthiessen 2004: 29–30.) Ideationaalinen metafunktio representoi maailmaa. Sen avulla hahmotetaan todellisuutta, jäsennetään, nimetään ja kuvataan maailmaa. Interpersoonaisessa metafunktioiden avulla on kyse vuorovaikutuksesta. Sen avulla pidetään yllä vuorovaikutusta, ilmaistaan mielipiteitä, tunteita ja ajatuksia. Tekstuaalinen metafunktio mahdollistaa asioiden viestimisen ja esittämisen halutulla tavalla, nimenomaan rakenteellisesti. (Luukka 2002: 102–103.)

Vaikka kaikki kolme metafunktiota vaikuttavat samanaikaisesti lauseessa, olen kuitenkin rajannut analyysini siten, että liikun analyysissäni vain kielen ideationaalisen tasolla, jossa kielen analyysi tapahtuu käytännössä lausetasolla. Tarkastelun kohteena ovat tekstin lauseiden prosessit, prosessien osallistajat ja olosuhteet. (Halliday & Matthiessen 2004: 170.) Lauseen prosessi ilmenee pääsääntöisesti predikaattiverbistä (Eggins 1994: 229). Huomioitavaa on, että lauseen prosessit voidaan ilmaista myös inkongruenttisesti, eli prosessi voidaan ilmaista myös nominaaliksi (Stillar 1998: 25). Halliday ja Matthiessen (2004: 172) jakavat prosessit kolmeen luokkaan, jotka ovat materiaallinen, mentaalinen ja relationaalinen. Pääluokkien lisäksi ovat vielä käyttäytymisen prosessit, verbaaliset prosessit ja eksistentiaaliset prosessit. Muun muassa Shore (1992, 1996) on kirjoittanut tarkemmin suomen kielen prosesseista.

Artikkelini aineistona ovat Altian, Atrian, Lemminkäisen, Orionin, Pöyryn, Raisonin, Ramirentin, Talentumin ja Vaconin vuoden 2007 vuosikertomuksien strategiatekstit. Strategiatekstit sisältävät puhetta menneestä, nykyhetkestä ja tulevaisuudesta. Pääsääntöisesti tekstin ideationaalisen tasolle otin analyysin kohteeksi prosessit. Analyysissäni kävin läpi kaikki tulevaisuuspuheen prosessit, jotka ilmaistiin sekä finiittiverbein että nominaaliksi. Jaoin nämä tulevaisuuspuheen prosessit materiaaliin (102), mentaaliin (33), relationaaliin (35), eksistentiaaliin (17) ja verbaaliin (1) prosesseihin. Materiaalisten prosessien luokka oli vahvimmin edustettuna (102 prosessia). Koska materiaalista prosessia ilmaistiin eniten *kehittää*-verbillä ja *kehittää*-verbin inkongruenttina muotona toiseksi eniten, otin puheen kehittämisen tarkastelun kohteeksi.

Tutkimukseni kohteena ovat tekstit. Halliday ja Hasan (1976: 1–2) korostavat, että teksti voi olla sekä puhetta että kirjoitusta ja sen täytyy olla muodoltaan yhtenäinen ja sidosteinen. Teksti on kielen yksikkö nimenomaan käytössä. Se ei ole kieliopillinen yksikkö, kuten lause tai virke, eikä sitä voida määritellä pituuden perusteella. Teksti rea-

lisoituu virkkeissä, mutta se ei muodostu virkkeistä. Halliday (1985: 10) määrittelee tekstin kieleksi, joka on funktionaalista. Funktionaalisuudella tässä tarkoitetaan kieltä, jolla on jokin tehtävä jossakin kontekstissaan. Halliday (1978: 109) määrittelee tekstin myös valinnaksi. Teksti on se, mitä tarkoitetaan, eli tehdyt valinnat mahdollisuuksien joukosta. Toisin sanoen teksti voidaan nähdä toteutuneena merkityspotentialina. Tekstin tekijä siis tekee kielellisiä valintoja kaikilla kielen tasoilla luoden tekstin, jolla on sekä merkitys että tehtävä. Käytännössä kuitenkin tekstin tuottajan aikaisemmat kokemukset, arvoja ja uskomusjärjestelmät sekä sitoutuminen sosiaaliseen yhteisöön rajoittavat mahdollisuuksia tehdä kielellisiä valintoja (Eggins & Martin 1997: 232).

Systeemis-funktionaalissa kielitieteessä konteksti voidaan nähdä rakentuvan kolmesta osasta. Se on tekstejä ympäröivä tilannekonteksti, kulttuurikonteksti ja ideologia. (Eggins 1994: 7–10.) Eggins ja Martin (1997: 232) toteavat, että jokainen teksti kantaa vaikutteita siitä kontekstista, jossa teksti on tuotettu. Voidaan sanoa, että konteksti on tekstin sisäinen ääni, joka vaikuttaa tekstin kirjoittajan sana- ja rakennevalintoihin. Huomioin artikkelissani tilannekontekstin. Strategiatekstin kieli ja merkitykset vaihtelevat tilannekontekstista riippuen.

3 Kehityksen maailma

Vuosikertomusten strategiatekstien tulevaisuuspuhe rakentuu vahvasti materiaalisista prosesseista. Materiaalinen prosessi kuvaa, konstruoi jonkinlaista tapahtumaa, toimintaa tai muutosta. Siinä tekijä kokonaisvaltaisesti tekee, suorittaa tai hoitaa jotakin asiaa. Tämä prosessi ei liity tunnemaailmaan, vaan se on niin sanotusti pään ulkopuolista tekemistä. Materiaalisten prosessien osallistujat ovat yleensä toimija ja kohde. (Shore 1996: 249, 253.) Tulevaisuuteen viittaavassa puheessa yksi selkeästi eniten käytetty materiaallinen prosessi ilmaistaan verbillä *kehittää*. Tämä esiintyy aineistossani kuusi kertaa finiittiverbinä ja 20 kertaa nominaalistuksin. Kun käytetään nominaalistusta, on kyseessä ideationaalinen metafora. Silloin on kyse siitä, että tekstissä ei käytetä kielen ainesten kongruenttia muotoa, vaan inkongruenttia eli metaforista ilmausta. Esimerkiksi metaforamuodossa toimintaa ilmaistaan substantiivilla eikä verbillä. (Karvonen 1991: 151; Halliday & Matthiessen 2004: 637.) Tarkastelen seuraavissa alaluvuissa, millaisia kielellisiä valintoja on tehty ja mitä merkityksiä ne saavat.

3.1 Kehittää tekona

Strategiatekstin tulevaisuuspuhetta rakentaa materiaallinen prosessi, joka on ilmaistu *kehittää*-verbillä. Tästä ovat esimerkit (1)–(3).

- (1) Konsernissa kehitetään jatkuvasti uusia ja kattavia palvelukonsepteja.
- (2) Tuotteita kehitetään jatkuvasti vastaamaan yhä paremmin ammattilaisten tarpeita.
- (3) Atrian kasvua kansainvälisillä elintarvikemarkkinoilla tukevat erityisesti seuraavat ydinvahvuudet, joita se hyödyntää ja kehittää aktiivisesti.

Esimerkeissä (1) ja (2) materiaallinen prosessi 'kehittää' ilmaistaan passiivissa olevalla finiittimuodolla. Passiivin funktioksi voidaan nimetä avoin referenssi. Tavoitteena ei ole tekijän piilottaminen, vaan passiivi implikoi ihmistekijän, mutta tekijän identiteetti on jätetty avoimeksi. Tekijä on kuitenkin tulkittavissa kontekstista. (Helasvuo 2006: 248; Helasvuo & Vilkuna 2008: 228.) Esimerkkien (1) ja (2) prosessien toimijoiden identiteetti on jätetty avoimeksi, mikä tässä tilannekontekstissa on ymmärrettävää, koska yhtiö on jatkuvassa muutoksessa työntekijöistä johtajiin. Toimijoiksi voidaan kuitenkin tulkita tarkimmillaan yhtiön työntekijät. Esimerkissä (3) prosessi kuvataan aktiivimuotoisella finiittiverbillä *kehittää*. Toimijaksi on nimetty demonstratiivipronomini *se*, jolla viitataan yhtiöön eli Atriaan. Yritysten viittaustavassa itseensä on olemassa myös kulttuurienvälisiä eroja (ks. Ylönen 2007). Yhtiö haluaa ja yhtiöllä on tarve viestiä kehittämisestä strategiatekstissä, mutta kehittämisen todellista tekijää eli toimijaa ei ole mahdollista kertoa. Koska tekijä on piilossa, korostuu itse tekeminen eli tässä tilanteessa kehittäminen. Kun halutaan kehittää jotakin, on taustalla aina halu tulla paremmaksi – tästä myös yhtiöt haluavat viestiä.

Sorsa, Pälli, Vaara ja Peltola (2010: 21) kirjoittavat, että passiivi esiintyy huomattavasti aktiivimuotoa enemmän kaupunkistrategiassa. Näin ollen passiivin käyttö tulevaisuuspuheessa näyttäisi olevan yleistä ulkoisen viestinnän välineissä. Kun tulevaisuuspuheen tai kehittämispuheen tilannekonteksti muuttuu esimerkiksi yhtiön yksidiöiden johtajien keskinäiseksi keskusteluksi tai esimiehen ja työntekijän väliseksi keskusteluksi, voi kielellisenä valintana aktiivimuoto olla käytössä useammin. Tilannekontekstin muuttuessa on mahdollisuus nimetä todellisen kehittämistyön tekijöitä.

Esimerkkien (1) ja (2) adverbien *jatkuvasti* voi nimetä keston adverbiksi, jolla ilmaistu tilanteen jatkuvuus jää yleensä avoimeksi (VISK 2008: § 652). Esimerkin (3) adverbi *aktiivisesti* ilmaisee tehokkuutta mutta myös jatkuvuutta. Nämä kielelliset valinnat luovat mielikuvaa yhtiöstä, jossa kehittäminen on tekeillä koko ajan: nyt, huomenna ja tulevaisuudessa. Lauseet olisivat täysin ymmärrettäviä ilman adverbialkin, mutta sitä käytämällä saadaan luotua tehokas mielikuva yhtiöstä. Vastaanottajalle halutaan viestiä kehittämisen jatkuvuudesta.

Vaikka olenkin nimennyt prosessin 'kehittää' materiaalliseksi, on siinä myös mentaalista ulottuvuutta. Koska toimijat on ilmaistu implisiittisesti, kuvaa prosessi enemmän tekemistä kuin sisäistä ajattelua. Suomen kielen perussanakirja (1990) määrittää verbin

kehittää ”tehdä tai muuttaa jokin vähitellen joksikin, muuttaa jotakin johonkin suuntaan, muokata tai muovata”. Strategiategstin tulevaisuuspuhe nostaa merkityspotentialista esille kehittämisen, mutta jättää paljon hämäräksi. Vastaanottajalle ei kerrota, mitä tarkoitetaan, kun yhtiössä kehitetään jotakin. Kuinka tehokasta ja toteutuvaa kehittäminen on? Kuinka se käytännössä toteutuu? Mihin joudutaan puuttumaan ja mitä tekemään, kun valittua asiaa kehitetään? Joudutaanko irtisanomaan työntekijöitä? Suljetaanko jokin toimipiste? Strategiategstin vastaanottaja ei saa konkreettista tietoa tässä tilannekontekstissa. Koska vuosikertomusta voi lukea myös yhtiön kilpailijat, on luonnollista, että tarkkoja tietoja ja kehittämistyön yksityiskohtia ei kerrota. *Kehittää*-verbin käyttö strategiategstissä on tietoinen kielellinen valinta, jossa ei korostu tekeminen sinänsä, vaan sen avulla voidaan luoda dynaamista ja paremmaksi tulevaa mielikuvaa yhtiöstä. Tämä tukee ajatusta siitä, että strategian viestintä on maineenhallintaa ja -rakentamista (ks. Sorsa, Pälli, Vaara & Peltola 2010).

3.2 Kehittäminen kohteena

Prosessi ’kehittää’ ilmaistaan nominaalistuksin, jolloin se on seuraavissa esimerkeissä prosessin osallistujana eli kohteena.

- (4) Jatkamme edelleen liiketoimintamallimme kehittämistä hyödyntääksemme liiketoimintamme laajuuden tarjoamat edut [...].
- (5) Altian johtotiimi keskittyy strategiaan kysymyksiin ja sisäisen yhteistyön kehittämiseen kokonaistehokkuuden parantamiseksi.

Esimerkeissä (4) ja (5) kehittäminen on ideationaalinen metafora, jossa kehittäminen on esitetty inkongruentisti. Kohteena kehittäminen kuitenkin sisältää toiminnan, prosessin. Esimerkin (4) voisi kirjoittaa kongruentisti ”Kehitämme edelleen liiketoimintamalliamme hyödyntääksemme liiketoimintamme laajuuden tarjoamat edut”. Kongruenttissa muodossa toimija eli kehittäjä on näkyvillä, mutta ideationaalista metaforaa käytettynä kehittämisen tekijä eli toimija pysyy piilossa. Toki se on implisiittisesti tulkittavissa.

Halliday ja Matthiessen (1999: 242) huomauttavat, että kieliopillinen metafora on luontainen osa kieltä, ja se laajentaa ja rikastuttaa merkityspotentialiaa. Tämä mahdollistaa myös sen, että kun kehittäminen on ilmaistu inkongruentisti, on finiittiverbiksi valittu merkityspotentialista toinen materiaallinen prosessi. Esimerkissä (4) se on ’jatkaa’ ja esimerkissä (5) ’keskittyä’. Strategiategstin tulevaisuusdiskurssin esimerkin (4) prosessia kuvaavalla verbillä *jatkaa* luodaan mielikuvaa, että prosessin kohde eli kehittäminen on ollut jo käynnissä ja sitä jatketaan tulevaisuudessa. Esimerkissä (5) *keskittyä* luo mielikuvaa johtotiimistä, joka todella syventyy ja paneutuu kehittämiseen, jotta tehokkuus

paranisi. Inkongruentti muoto on siten merkityspotentialista nouseva kielellinen valinta, joka mahdollistaa toisen prosessin käyttämisen lauseessa. Näin ollen kieliopillista metaforaa käyttäen voidaan luoda esimerkiksi dynaamisempaa kuvaa yhtiöstä, mutta se, mitä yhtiö konkreettisesti tekee, jää edelleen kertomatta.

3.3 Kehittäminen paikkana

Kehittäminen voi esiintyä strategiatekstin tulevaisuuspuheessa prosessin olosuhteena eli paikkana.

- (6) Konsernin liiketoiminnan ja palvelutarjonnan kehittämisessä otetaan huomioon asiakkaiden tarpeiden muutokset.
- (7) Asiakaslähtöisyys otetaan entistä paremmin huomioon uuden sukupolven tuotevalikoiman kehittämisessä.

Esimerkeissä (6) ja (7) prosessi 'kehittää' esiintyy ideationaalisena metaforana adverbiaalirakenteessa. Myös tällainen kielellinen valinta mahdollistaa toisen prosessin käyttämisen lauseessa, ja se on ilmaistu verbillä *ottaa huomioon*. Finiittiverbien kohteina ovat *asiakkaiden tarpeiden muutokset* ja *asiakaslähtöisyys*. Merkityspotentialista nousevilla kielellisillä valinnoilla luodaan kehittämisestä paikka tai jonkinlainen toiminnantila, jota voidaan pitää itsestäänselvytenä. Se voi olla esimerkiksi *liiketoiminnan kehittäminen* tai *tuotevalikoiman kehittäminen*. Tässä paikassa tai toiminnantilassa tehdään jotakin, ja tulevaisuuspuheessa se tekeminen on huomioon ottamista. Mitä otetaan huomioon? Otetaan huomioon esimerkiksi asiakkaiden tarpeiden muutokset ja asiakaslähtöisyys. Otetaan huomioon siis jokin sidosryhmä eli asiakkaat, joka on yhtiön voiton kannalta tärkeä. Sitä, mitä huomioon ottaminen konkreettisesti on, ei kerrota, vaan tiedon taso jää abstraktiseksi.

3.4 Kehittäminen tapana

Vuosikertomuksen strategiatekstin tulevaisuuspuheessa inkongruenttimuoto voi merkitä funktioltaan lauseessa myös tapaa.

- (8) Konserni lujittaa strategisia asiakaskumppanuuksiaan kehittämällä uusia ja tuloksellisia yhteistyömalleja kunkin päivittäistavaraketjun kanssa erikseen.
- (9) Taajuusmuuttajien käytettävyyttä parannetaan ohjaujärjestelmien automaatiota ja langatonta ohjausta kehittämällä.

Esimerkeissä (8) ja (9) kehittäminen ilmaistaan 3. infinitiivin adessiivimuodolla, ja se on tapa tehdä jotakin. Kehittämisen tavalla tai avulla lujitetaan strategisia asiakaskumppanuuksia ja parannetaan taajuusmuuttajien (yhtiön ydintuote) käytettävyyttä. Kehittäminen on tapa tehdä tai muokata jotakin paremmaksi. Inkongruenttia muotoa käyttämällä kehittämisestä luodaan ”avain” tai tapa tehdä jotakin, jolla on vaikutusta yhtiön tulokseen. Kun *kehittäminen* on prosessin tapana, on lauseen prosessi ilmaistu hyvin abstraktisella verbillä. Miten paljon asiakaskumppanuudet lujittuvat? Miten paljon taajuusmuuttajien käytettävyys paranee? Näitä asioita ei voi mitata, mutta kielellisinä valintoina ne ovat keino luoda positiivista mielikuvaa yhtiöstä.

3.5 Kehittämisen kohteet

Kehittämisen kohteita voidaan ryhmitellä, ja niiden yläryhmiksi olen nimennyt tuote ja palvelu, toimintamallit ja liiketoiminta, ydinvahvuudet sekä muutos, yhteistyö ja vastuu.

- (10) Tuotteita ja palveluita kehitetään jatkuvasti vastaamaan yhä paremmin ammattilaisten tarpeita.

Esimerkin (10) kehittäminen kohteena ovat tuote ja palvelu. Yhtiön tuotteiden ja palveluiden kehittäminen on tärkeää yhtiön menestyksen ja tuloksen kannalta. Asian on katsottu olevan tärkeää myös siltä osin, että se mainitaan strategiatekstin tulevaisuuspuheessa. Tuotteita tai palveluita ei kuitenkaan yksilöidä tai spesifoida. Oletuksena on, että lukijalla on tiedossa yhtiön valmistamat tai tarjoamat tuotteet ja palvelut.

Esimerkissä (11) kehittäminen kohteena on *toimintamalli*, johon viitataan demonstratiivipronominilla *sen*.

- (11) Global Network Company -toimintamalli tähtää juuri tähän, ja siksi sen soveltamista ja kehittämistä jatketaan myös tulevina vuosina.

Kielellisesti tarkasteltuna *toimintamalli* on määrittelyyhdyssana, jossa malli on edussana ja toiminta on määritesana. Määriteosa rajoittaa edusosan mahdollisten tarkoitteiden joukkoa. (VISK 2008: § 403.) Näin ollen toiminta rajaa tarkoitetta malli. Yhdyssana *toimintamalli* voidaan nähdä tarkoittavan mallia toimia jollakin tavalla. Se on myös itsessään nominaalitus. Tekstiin kirjoittuvassa todellisuudessa nähdään tarpeellisenä tuottaa jonkinlainen malli toimia. Se kirjoittuu tekstiin kehittämisen kohteeksi, eli se on jo olemassa, ja sitä kehitetään edelleen. Toimintamallit voivat saada erilaisia määritteitä, kuten *yrittäjämäinen*, tai toimintamallit voidaan nimetä, kuten *Global Network Company*. Tällaisella nimeämisellä on pyritty tuomaan tarkennusta ja yksilöintiä toimintamalleihin. Toimintamallien tarkoituksena on saada yhtiö ja sen työntekijät toimimaan sovi-

tun mallin mukaisesti, jotta yhtiö hyötyy esimerkiksi kustannuksissa. Näiden kohteiden kehittäminen on erityisesti yhtiön tuoton kannalta oleellista. Yhdysosan *toimintamalli* käyttäminen luo järjestelmällistä ja vakavasti otettavaa kuvaa yhtiöstä, mutta silti vastaanottajalle jää epäselväksi, mitä sillä käytännössä tarkoitetaan.

Esimerkissä (12) kehittämisen kohdetta kuvaa lauseke *logistiikan, asiakastyytyväisyyden, tuotannon ja tukitoimintojen prosessien hallinta*.

- (12) Logistiikan, asiakastyytyväisyyden, tuotannon ja tukitoimintojen prosessien hallintaa kehitetään jatkuvasti.

Vastaanottaja tehdään tietoiseksi, että yhtiöllä on eri prosesseja, mutta se herättää lukijassa kysymyksiä. Mitä konkreettisesti tehdään, kun kehitetään eri prosessien hallintaa, ja kuka kehittää ja tekee? Näissä kehittämistilanteissa suuntautuu velvoite yhtiön työntekijöihin. Edellä olevia kielellisiä valintoja voidaan pitää metaforisina ilmauksina sille, että työntekijöiden täytyy olla halukkaita oppimaan, kehittymään ja kehittämään.

Esimerkin (13) kehittämisen kohteena on *toiminnan vastuullisuus*.

- (13) Altia kehittää toimintansa vastuullisuutta.

Kielellisenä valintana abstraktinen käsite, kuten vastuullisuus, mahdollistaa luotettavan, uskottavan ja vastuuntuntoisen mielikuvan luomisen yhtiöstä.

Vuosikertomuksen strategiatekstin tulevaisuuspuheeseen kirjoittuu leksikaalisten valintojen kautta yhtiön menestyksen, tuottavuuden ja hyvän yrityskuvan kannalta merkittäviä asioita. Strategisesti ajateltuna jos kohteita kehitetään, oletetaan yhtiön myös kasvavan ja tuottavan tulosta. Strategiatekstin kehittämisen kohteeksi eivät valikoidu esimerkiksi työntekijöiden työolosuhteet, työilmapiiri tai työhyvinvointi.

Kehittämisen kohteita voidaan luokitella myös semanttisin perustein. Strategiatekstin tulevaisuuspuheen *kehittää*-verbin objekti voi semanttiselta rooliltaan olla tulosobjekti tai patientti (VISK 2008: § 928). Tulosobjekti on nähtävissä esimerkissä (14).

- (14) Konsernissa kehitetään jatkuvasti uusia ja kattavia palvelukonsepteja.

Edellä olevassa esimerkissä *uusia ja kattavia palvelukonsepteja* on tulosobjekti, jonka tarkoite syntyy verbin tarkoittaman toiminnan ansiosta. Patientista on esimerkki (15).

- (15) Tuotteita kehitetään jatkuvasti vastaamaan yhä paremmin ammattilaisten tarpeita.

Semanttisena roolina patientti tarkoittaa muutoksen läpikäyvää passiivista osallistujaa. Sen tarkoite ei synny, vaan siihen kohdistuu agentin toiminta, ja se kokeen jonkinlaisen

muutoksen (VISK 2008: § 446, § 928). Esimerkissä (15) patientti on *tuotteita*, ja siihen kohdistuu toiminta ja sitä kautta muutos.

3.5 Kehittäminen jatkuu

Strategiatekstin materiaallinen prosessi 'kehittää' ei saa kongruenteissa muodoissaan tai inkongruentista kongruenttiin muutoksissa kehittämistä valmiiksi. Prosessina se ei ole koskaan loppuun suoritettu. Verbi *kehittää* on rajahakuinen aspektiominaisuudeltaan. Tapahtuman tulos voidaan esittää joko saavutettuna tai siten, että sitä ei ole saavutettu. (VISK 2008: § 1513.) Käytössä on joko totaali- tai partitiiviobjekti. Tulevaisuuspuheessa käytetään partitiiviobjektia, jolloin kehittäminen jatkuu. Partitiivimuoto vahvistaa tilanteen tulkintaa rajaamattomaksi (VISK 2008: § 1421). Tämä on nähtävissä kaikissa edellä olevista esimerkeistä (1)–(13). Kieliopillisesti kehittää verbin kanssa voisi käyttää myös totaaliobjektia, jolloin tapahtuman tulos olisi saavutettu. Voitaisiin sanoa esimerkiksi *Raisio kehittää uuden tuotteen*. Toisaalta partitiivisija osoittaa objektin kvantitatiivisesti epämääräiseksi, jolloin kohde on hahmotettavissa jaolliseksi ja se viittaa rajaamattomaan määrään (VIKS 2008: § 931, 1421). Kun kyse on jaollisesta kohteesta, partitiivisija mahdollistaa tulkinnan, että kehittäminen ei välttämättä koske tarkoitettua joukkoa kokonaisuudessaan, vaan vain osaa siitä.

4 Yhteenveto ja pohdintaa

Pörssi-yhtiöillä on tarve viestiä tulevaisuuden suunnitelmista, tekemisistä ja tavoitteiden saavuttamisesta. Tämän viestinnällisen tavoitteen täyttää osaltaan vuosikertomus ja sen sisältämä strategiateksti. Strategiatekstissä puhe suuntautuu vahvasti tulevaisuuteen, ja yksi yhtiöiden esille tuoma tekeminen strategiatekstin tulevaisuuspuheessa on kehittäminen. Artikkelini tavoitteena oli selvittää, millaisin kielellisin valinnoin kehittämisestä puhutaan, ja mitä merkityksiä kielelliset valinnat saavat vuosikertomuksen strategiatekstin tulevaisuuspuheessa. Tulokset osoittavat, että materiaallinen prosessi 'kehittää' on valikoitunut merkityspotentialista strategiapuheeseen. Prosessi ilmaistaan *kehittää*-verbillä ja sen avulla luodaan yhtiöstä positiivista ja dynaamista kuvaa, vaikka kehittämisellä voi olla myös negatiivisia vaikutuksia. Näitä negatiivisia asioita ei kuitenkaan tuoda millään tavoin esille tilannekontekstissa.

Tulokset osoittavat myös sen, että prosessi 'kehittää' ilmaistaan useammin inkongruenttisesti kieliopillisena metaforana kuin finiittiverbinä. Kumpikaan kielellinen valinta ei kuitenkaan anna konkreettista tietoa vastaanottajalle, vaan kehittäminen jää vastaanottajalle abstraktiseksi. Finiittiverbinä ilmaistuna kehittämisen toimijoita ei nimetä, vaan käytetään passiivia, yhtiön nimeä tai yhtiön viittaavaa demonstratiivipronominia.

Myös inkongruenttimuoto jättää toimijat piiloon. Materiaalinen prosessi 'kehittää' luo kuvaa jo meneillään olevasta tekemisestä, joka jatkuu myös tulevaisuudessa. Kehittämisen jatkuvuutta voidaan kuitenkin korostaa kestoja kuvaavalla adverbilla *jatkuvasti*. Prosessia kuvaavan finiittiverbin yhteydessä voidaan käyttää myös adverbia *aktiivisesti*. Näiden adverbien käyttö luo mielikuvaa yhtiöstä, joka on tehokas ja jossa kehitystyö on jatkuvaa.

Vuosikertomuksen strategiatekstissä kehittämisestä luodaan kieliopillisen metaforan avulla kohde, paikka, toiminnantila tai tapa, jolla saavutetaan yhtiön menestyksen kannalta jotakin positiivista. Kun *kehittäminen* ilmaistaan kieliopillisen metaforan avulla, ilmaistaan lauseiden prosessit verbeillä, jotka eivät selkeästi tai yksityiskohtaisesti kerro tekemisestä, vaan ovat pikemminkin dynaamisen mielikuvan luoja.

Tulokset osoittavat myös sen, että vuosikertomuksen kehittämisen kohteet nimeetään suurina kokonaisuuksina ja käsitteinä, jolloin ne jäävät spesifioimatta ja määrittelemättä. Nimetyillä kehittämisen kohteilla voidaan olettaa olevan vaikutusta yhtiön tulokseen, ja kehittämisen kohteen nimeäminen on myös keino luoda yhtiöstä innovatiivista, uskottavaa ja luotettavaa mielikuvaa. Kehittämisen kohteena eivät ole esimerkiksi työntekijöiden olosuhteet, työilmapiiri tai työhyvinvointi, vaikka näillä tekijöillä olisikin vaikutusta yhtiöiden menestykseen.

Vuosikertomuksen strategiatekstin kehityspuheen kielellisiä valintoja ei voi pitää väärinä, vaikka ne jättävätkin puheen kehittämisestä abstraktiselle tasolle ja tuovat esille vain positiivisia asioita. Vuosikertomuksen strategiatekstin yhtenä piirteenä voidaan siten pitää abstraktista puhetta kehittämisestä. Tässä tilannekontekstissa, jossa viestin vastaanottajana voi olla esimerkiksi sijoittaja, osakkeenomistaja, rahoittaja, työntekijä tai jopa kilpailija, ei ole tarpeellista eikä mahdollista kertoa vastaanottajalle konkreettista ja yksityiskohtaista tietoa kehittämistyöstä.

Edellä esittämäni tulokset tukevat vuosikertomuksen aikaisempaa tutkimusta, jossa vuosikertomus ja esimerkiksi siihen sisältyvä toimitusjohtajan katsaus nähdään luovan positiivista yrityskuvaa (Thomas 1997; Hyland 1998; Clarke & Murray 2000; Malavasi 2005; Rutherford 2005). Tulokset kertovat siitä, että vuosikertomuksen strategiatekstillä on samoja tavoitteita. Puhe kehittämisestä on yksi resurssi luoda ja ylläpitää yhtiön imagoa ja luoda vaikutelma paremmaksi tulemisesta. Todellinen toiminta, kehittämisen vaikutukset ja konkretia jäävät piiloon tässä tilannekontekstissa. Jos laajennetaan tarkastelu ideationaaliseen tasolle kokonaisuudessaan ja huomioidaan myös muut metafunktiot, saa strategiateksti muitakin merkityksiä. Otaksun myös, että kun strategian tilannekonteksti muuttuu eli se saa kielellisen muodon toisissa tilannekontesteissa, esimerkiksi yhtiön johdon kokouksissa ja keskusteluissa, nousee merkityspotentialista uusia valintoja ja uusia merkityksiä.

Kirjallisuus

- Bhatia, V. K. 2004. *Worlds of written discourse*. London: Continuum.
- Clarke, G. & L. W. B. Murray 2000. Investor relations: Perceptions of the annual statement. *Corporate Communications: An International Journal*, 5 (3), 144–151.
- Egins, S. 1994. *An Introduction to Systemic Functional Linguistics*. Lontoo: Pinter Publishers.
- Egins, S. & J. R. Martin 1997. Genres and registers of discourse. Teoksessa T. A. van Dijk (toim.) *Discourse as structure and process. Discourse studies: A multidisciplinary introduction 1*. Lontoo: SAGE Publications, 230–256.
- Halliday, M. A. K. 1978. *Language as social semiotic. The social interpretation of language and meaning*. London: Arnold.
- Halliday, M. A. K. 1985. Part A. Teoksessa M. A. K. Halliday & R. Hasan (toim.) *Language, context, and text: Aspects of language in a social-semiotic perspective*. Victoria: Deakin University Press, 3–51.
- Halliday, M. A. K. & R. Hasan 1976. *Cohesion in English*. London: Longman.
- Halliday, M. A. K. & C.M. I. M. Matthiessen 1999. *Construing experience through meaning. A language-based approach to cognition*. Continuum: London.
- Halliday, M. A. K. & C.M.I.M. Matthiessen 2004. *An introduction to functional grammar*. 3. painos. Lontoo: Arnold.
- Helasvuo, M.-L. 2006. Passive – personal or impersonal? A Finnish perspective. Teoksessa M.-L. Helasvuo & L. Campbell (toim.) *Grammar from the human perspective. Case, space and person in Finnish*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 233–255.
- Helasvuo, M.-L. & M. Vilkuna 2008. Impersonal is personal: Finnish perspectives. *Transactions of the Philological Society*, 106 (2), 216–245.
- Hyland, K. 1998. Exploring corporate rhetoric: Metadiscourse in the CEO's letter. *The Journal of Business Communication*, 35 (2) 224–245.
- Karvonen, P. 1991. Kieliopillinen metafora ja sen vaikutukset tekstissä. Teoksessa T. Lehtinen & S. Shore (toim.) *Kieli, valta ja eriarvoisuus, Esitelmät 18. kielitieteen päiviltä*. Helsinki: Helsingin yliopiston suomen kielen laitos, 149–165.
- Leppiniemi, J. & M. Virtanen 2003. *Vuosikertomus. Miten tehdään? Miten luetaan?* Helsinki: WSOY.
- Luukka, M.-R. 2002. M. A. K. Halliday ja systeemis-funktionaalinen kielitiede. Teoksessa H. Dufva & M. Lähtenmäki (toim.) *Kielitutkimuksen klassikoita*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino, 89–123.
- Mars, M., M. Virtanen & O. V. Virtanen 2000. *Sijoittajaviestintä strategisena työkaluna*. Helsinki: Edita.
- Meek, G. K., C.B. Roberts & S. J. Gray 1995. Factors influencing voluntary annual report disclosures by U.S., U.K. and Continental European multinational corporations. *Journal of International Business Studies*, 26 (3), 555–572.
- Mintzberg, H., B. Ahlstrand & J. Lampel 1998. *Strategy Safari: A guided tour through the wilds of strategic management*. New York: Free Press.
- Rutherford, A. B. 2005. Genre analysis of corporate annual report narratives. A corpus linguistics-based approach. *Journal of Business Communication*, 42 (4), 349–378.
- Santema, S. & J. van de Rijdt 2001. Strategy disclosure in Dutch annual reports. *European Management Journal*, 19 (1), 101–108.
- Santema, S., M. Hoekert, J. van de Rijdt & A. van Oijen 2005. Strategy disclosure in annual reports across Europe: A study on differences between five countries. *European Business Review*, 17 (4), 352–366.
- Shore, S. 1992. *Aspects of a systemic-functional grammar of Finnish*. Julkaisematon väitöskirja. Sydney, Macquarie University.

- Shore, S. 1996. Process types in Finnish: Implicate order, covert categories and prototypes. Teoksessa R. Hasan, C. Cloran & D. Butt (toim.) *Functional descriptions: Theory in practice*. Amsterdam: John Benjamins, 237–264.
- Stillar, G. F. 1998. *Analyzing everyday texts: Discourse, rhetoric, and social perspectives*. Thousand Oaks: SAGE.
- Suomen kielen perussanakirja 1–3*. 1990–1994. Kotimaisten kielten tutkimuskeskuksen julkaisuja 55. Helsinki: Valtion painatuskeskus, Kotimaisten kielten tutkimuskeskus & Painatuskeskus.
- Thomas, J. 1997. Discourse in the marketplace: The making of meaning in annual reports. *The Journal of Business Communication*, 34 (1), 47–66.
- Ylönen, S. 2007. Culture specific differences in business communication with new media? [online]. Teoksessa J. Murath & Á. Oláh-Hubai (toim.) *Interdisciplinary aspects of translation and interpreting*. Wien: Praesens Verlag, 337–366. Saatavissa myös: http://users.jyu.fi/~sabyll/julk_webvertisingFI-DE2006.pdf [luettu: 18.4.2012].

Verkkolähteet

- Malavasi, D. 2005. *Banks' annual reports: An analysis of the linguistics means used to express evaluation* [online]. Teoksessa Anne Marie Bülow-Møller (toim.) *Business Communication: Making an Impact*. Proceedings from the 7th European Convention. The Association for Business Communication Copenhagen, Denmark [luettu: 28.12.2011]. Saatavissa: <http://businesscommunication.org/wp-content/uploads/2011/04/19ABCEurope05.pdf>.
- Rogers, P., M. Gunesequera & M. L. Yang 2007. *Rhetorical tools for communicating strategic change: Dana's definitional statement* [online]. Ross School of Business Working Paper Series, Working Paper 1079 [luettu 5.1.2012]. Saatavissa: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=987084.
- Sorsa, V., P. Pälli, E. Vaara & K. Peltola 2010. *Strategia mahdollisuutena ja rajoitteena kuntaorganisaatiossa. Kielestä, kommunikaatiosta ja vallasta* [online]. Hanken School of Economics Research Reports 70. Helsinki: Hanken School of Economics [luettu 28.12.2011]. Saatavissa: <http://www.kaks.fi/sites/default/files/Strategia%20mahdollisuutena%20ja%20ongelmana%20kuntaorganisaatiossa.pdf>.
- VISK = *Iso suomen kielioppi – verkkoversio* 2008. Kotimaisten kielten tutkimuskeskus, SKS & Helsingin yliopisto [luettu 28.12.2011]. Saatavissa: <http://scripta.kotus.fi/visk/haku.php>.