

Normitallaajan näkökulmasta yrityksen näkökulmaan. Yliopisto-opiskelijoiden tulkintoja talousuutisesta

Heli Katajamäki
Viestintätieteet
Vaasan yliopisto

Understanding business news is generally considered a difficult task, requiring specialized knowledge. Their interpretation is also influenced by their socio-cultural context and the institution producing them. The purpose of this article is to describe whether and how a group of university students understands the point of view from which a journalistic business news item has been produced. The material is a business news story published in the Finnish business newspaper Kauppalehti in February 2011. The theoretical framework of the study is applied linguistics, critical media literacy and Critical Discourse Analysis. Media texts are regarded as contextual phenomena in a discursively constructed society. The analysis shows that the students give 83 interpretations of the point of view of the text. The interpretations are sorted into 12 categories, the point of view being 'a group of people, consumer, employee, company/factory/manager, brewery industry, investor/shareholder, state of economy, other countries, state/tax collector, writer, expert' and 'can't say'. The interpretations are usually based on explicit meanings construed in the text and cannot - as a rule - be considered an ability in the students to make critical remarks. The results also suggest that the level of text understanding is connected to a student's area of study, in this case economics/business studies.

Avainsanat: talousuutinen, kriittinen lukutaito, näkökulma

1 Johdanto

Taloustekstien lukemisen on väitetty olevan vaikeaa ilman taloudellista tietoa ja koulutusta (ks. Lankshear 1997: 314). Tekstien tulkitseminen vaatii paitsi niissä esiintyvien ilmaisujen ja sanojen ymmärtämistä, myös tekstin ymmärtämistä kontekstin osana. Kontekstuaalisina tekstien merkitykset heijastavat sitä kulttuuria, yhteiskuntaa ja instituutiota, jossa ne tuotetaan. Teksteistä heijastuvat yhteisössä hyvänä ja huonona pidetyt asiat, samoin keitä yhteisöön kuuluu ja keistä erottaudutaan, toisin sanoen yhteisön ideologia, ja siksi lukutaito vaatii sekä tekstien että yhteiskunnan lukemista. Tekstien tulkintaan vaikuttavat puolestaan lukijan tiedot ja oletukset yhteiskunnasta, kulttuurista ja tekstilajista. Nämä tiedot ja oletukset ohjaavat tulkintaa saaden joko vahvistusta tai kumou-tuen. (Ks. esim. Fairclough 1992a; Fowler 1991: 43; Rantala 2007: 138.)

Tässä artikkelissa tarkastelen talousuutisesta tehtyjä tulkintoja. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten eritaustaiset yliopisto-opiskelijat tulkitsevat sitä, kenen näkökulmasta taloussanomalehden talousuutinen on laadittu. Opiskelijoiden (N = 36 hlö) tulkintoja vertaan tekstistä tutkijalukijana tekemääni tulkintaan. Tarkasteltavana muuttujana on lukijoiden kauppatieteellisten opintojen määrä. Lukijat on jaoteltu kolmeen ryhmään: opiskelijoihin, joilla on kauppatieteen opintoja 14–230 opintopistettä (vastauksissa lyhenne KE, 13 hlöä), 5–10 opintopistettä (KK, 13 hlöä) ja 0 opintopistettä (KV, 10 hlöä). Lukijoiden tulkinnat tekstin näkökulmasta vaihtelevat paitsi sen mukaan, miten lukijat tulkitsevat tekstiä, myös sen mukaan miten he tulkitsevat tutkimuskysymystä. Lomakehaastattelun käyttöön liittyy erilaisia haasteita tutkittaessa median vastaanottoa (ks. Kytömäki & Savinen 1993: 2–4). Tutkimus onkin luonteeltaan pilottitutkimus, jonka yhtenä tarkoituksena on kehittää teoreettisia lähtökohtia, kysymyksenasettelua ja menetelmää ennen laajemman tutkimuksen tekemistä (ks. myös Katajamäki & Ketola 2005). Tutkimus sijoittuu medialukutaidon (ks. esim. Rantala 2007: 142–143), soveltavan kielitieteen tekstilajiteorian ja kriittisen diskurssianalyysin viitekehykseen. Medialukutaidon määrittelen suppeasti kyvyksi tulkita mediatekstejä (vrt. Kupiainen & Sintonen 2009: 31–34).

Aineistona on 36 yliopisto-opiskelijan uutisen tulkintaan perustuvat vastaukset. Opiskelijoista 25 on humanistisen, 5 kauppatieteen, 1 hallintotieteen ja 4 tekniikan alan opiskelijaa. Yksi vastaaja ei ilmoittanut oppialaansa. Vastaajista 26 on naisia ja 10 miehiä, ja vastaajien keski-ikä on 27 vuotta. Vastaajista 33 kertoo lukevansa sanomalehtiä (joista 5 Kauppalehteä) ja 3 kertoo, ettei lue sanomalehtiä. Tulkittavana tekstinä oli Kauppalehden verkkoversiossa 2.2.2011 julkaistu uutinen *Suomalaiset eivät juo tarpeeksi – Sinebrychoff vähentää henkilökuntaa*¹. Valitsin tulkittavaksi tämän uutisen siksi, että se vaikutti tyypilliseltä talousuutiselta. Uutisen otsikon ja aiheen uskoin herättävän opiskelijoissa kiinnostusta ja motivoivan vastaamiseen. Opiskelijoiden vastaukset ymmärrän opiskelijoiden tuottamiksi representaatioiksi, joilla itsenäisinä teksteinä on oma kontekstinsä.

Opiskelijat ovat vastanneet avoimen lomakehaastattelun kysymyksiin joko kotonaan tai oppitunnilla (vastausaikaa 60 min) keväällä 2011. Aineistonkeruussa on hyödynnetty elektronista kyselylomaketta, johon opiskelijat ovat vastanneet itsenäisesti samalla lukien uutista. Uutinen oli vastaamisen helppottamiseksi tulostettu opiskelijoille kokonaisuudessaan sellaisena kuin se oli

¹ Saatavilla <http://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/etusivu/uutinen.jsp?oid=20110258245&ext=rss>

julkaistu lehden verkkoversiossa. Lomakkeessa kysyttiin aluksi vastaajien taustatietoja (13 kysymystä), minkä jälkeen uutisen tulkintaa selvitettiin 24 kysymyksellä. Kysymyksiin on vastattu lyhyesti ja asiallisesti. Tässä artikkelissa keskityn kysymyksiin ”*Kenen näkökulmasta asiaa tekstissä tarkastellaan? Miksi tekstissä on tällainen maailmankuva?*” ja ”*Keiden muiden näkökulmasta asioita tarkastellaan? Perustele tekstissä esiintyvillä seikoilla.*”

2 Tekstilajin ja näkökulman tulkinnan lähtökohtia

Kriittinen lukutaito on määritely sekä ymmärrykseksi ”monimutkaisista taloudellisista, poliittisista ja ideologisista käytännöistä” (Kupiainen & Sintonen 2009: 127) että kyseenalaistamiseksi ja maailman ilmiöiden mahdollisimman totuudenmukaiseksi arvioinniksi (Herkman 2007: 36). Kriittinen lukutaito liittyikin paitsi itse tekstiin, myös siihen mitä jää tekstin ulkopuolelle. Siten tekstin tulkinnassa on menetelmällisesti oleellista sekä mitä tekstissä sanotaan että mitä jätetään sanomatta. Kyky purkaa tekstissä tuotettua ideologiaa ja sen tukemia valta-asemia on myös osoitus lukijan aktiivisuudesta, sillä tällöin tulkitsija ei omaksu tuottajan sisäänkoodaamia merkityksiä neuvottelematta tai haastamatta niitä (ks. esim. Hautakangas 2006: 25).

Tekstit tuotetaan ja kulutetaan aina kontekstissaan, joita ovat esimerkiksi yhteiskunnallinen, taloudellinen, institutionaalinen ja sosiaalinen konteksti. Teksteissä kielenkäyttö vaihtelee kontekstien muuttuessa. Kielenkäyttö myös rakentaa konteksteja. Diskurssikäytännöt välittävät myös tarkasteltavana olevaan talousuutiseen jälkiä siitä, että teksti on tuotettu vuonna 2011 Suomessa. Tekstiä ympäröivään taloudelliseen kontekstiin kuuluu esimerkiksi se, millainen talousjärjestelmä yhteiskunnassa vallitsee, millaisia ovat talousjärjestelmän kytkökset poliittiseen järjestelmään, millainen lainsäädäntö taloudellista toimintaa säätelee ja millaista taloudellista toimintaa eri yritykset harjoittavat. Tekstin tuottajana on mediainstituutio, joka tuottaa tekstejä vakiintuneita tekstilajikäytäntöjä hyödyntäen ja jolta odotetaan mm. eettisten normien noudattamista. Samaan aikaan kyseessä on myös kaupallinen organisaatio, jossa pyritään palvelemaan mahdollisimman hyvin tiettyä kohderyhmää; Kauppalehdessä (2012) eritoten yritysten päättäjiä, yrittäjiä ja ylempiin toimihenkilöihin kuuluvia asiantuntijoita. (Ks. Fairclough 1992a: 63–73; 1992b: 28–29, 52–85; 2006: 27–29.)

Diskurssiyhteisössä yhteisöllisyys rakentuu tekstien välityksellä. Instituutioissa tuotetut tekstit vakiintuvat tekstilajeiksi, joilla pyritään yhteisön viestinnän

tarkoituksiin. Esimerkiksi mediatekstien ymmärtäminen diskurssiyhteisön tekstilajeiksi tarkoittaa sitä, että kirjoittajilla ja lukijoilla on tietoa ja odotuksia siitä, mitä milläkin tekstillä tehdään ja tarkoitetaan. Tekstin viestinnän tarkoituksen tulkitseminen ohjaa myös tekstin lukemista siten, että tekstissä tuotettuja merkityksiä tulkitaan eri tavoin, mikäli viestinnän tarkoitukseksi oletetaan esimerkiksi vaikuttamaan pyrkiminen eikä informoiminen. Viestinnän tarkoitusten ja siten myös tekstien tulkinta helpottuu yhteisön jäsenyyden ja asiantuntijuuden vahvistuessa. (Swales 1990: 45–55.) Yhtäältä oletukset tekstilajista ohjaavat tekstin merkitysten tulkintaa, ja toisaalta tekstin merkitykset ohjaavat tulkintaa tekstilajista ja siihen liittyvistä oletuksista (ks. Fowler 1991: 43). Tässä tutkimuksessa tulkittavan uutistekstin tekstilajista opiskelijat olivat melko yksimielisiä. 29 vastaajaa piti tekstiä uutisena, uutistekstinä tai uutistiedotteena. Kuitenkin teksti-laji nimettiin kertaalleen myös raportiksi, mainostekstiksi, taloustekstiksi, tiedot-teeksi, artikkeliksi tai jätettiin nimeämättä miksiäkään. Yksi vastaajista nimesi tekstilajin vaihtoehtoisesti joko uutiseksi tai tiedotteeksi.

Mediatekstejä tutkineen Pietilän (1995: 71) mukaan näkökulmalla viitataan siihen, kenen havaitsemana tai tietämänä tekstin asiat esitetään ja se voi olla esimerkiksi aistimellinen, tiedollinen, arvioiva tai toiminnallinen. Lehtitekstissä näkökulma voi olla kertojan tai tekstissä esiintyvien toimijoiden näkökulma. Teksti voi olla kaksi- tai moninäkökulmainen, sillä raportoidessaan muiden sanomisista sitaatein tai epäsuorasti kertojan näkökulma on aina mukana. (Pietilä 1995: 71, 123.) Tässä tutkimuksessa näkökulma viittaa tekijän (toimittajan) tai tekijän välittämään tekstissä esiintyvien toimijoiden tapaan suhtautua maailmaan, jota tekstin merkitykset rakentavat. Tekstit ovat usein moninäkökulmaisia.

Sosiaalisen konstruktionismin todellisuuskäsitykseen pohjautuvassa kriittisessä diskurssianalysissä tekstit nähdään aina tuotetuiksi jostakin näkökulmasta (Fairclough 1992b: 124; 2006: 5, 11). Kaikki tekstit heijastavat tietynlaista sosiaalista todellisuutta ja ideologista positiota. Kielen moninaisuuden näkökulmasta puhuja asettuu kieltä käyttäessään kulttuurin moninaisiin sosiaalisiin positioihin ja maailmankuviin, ja siten kielenkäyttö on aina asenteellista ja tuotettu jostakin näkökulmasta. Näkökulma heijastuu teksteihin ideologisina ja arvioivina merkityksinä. (Bahtin 1986/1929: 89; Vološinov 1990: 29). Näkökulman liittäminen ideologian käsitteeseen tarkoittaa näkökulman ymmärtämistä yhteisöllisesti jaetuksi tavaksi tarkastella maailmaa (ks. van Dijk 1998: 32). Kriittisen diskurssianalyysin viitekehyksessä tekstin tuottaja nähdään diskursiiviselle käytännölle alistaisena toimijana, joka tuottaa tekstiä diskurssin rajoittamana.

Diskurssi asettaa rajoituksia esimerkiksi sille, millaisesta ideologisesta näkökulmasta maailmaa voidaan tarkastella. Näin tekstiä voi tulkita siten, että tekstin heijastama tekijän näkökulma on diskurssiin sopivan ideologian toisintamista. Tekijä voi positioitua eri tilanteissa, joskus samassakin tekstissä eri tavoin, ja näin tuottaa erilaista ideologiaa. Ideologiat pitävät usein yllä vakiintuneita valtasemia, ja myös median on nähty toimivan vallan palveluksessa. (Fairclough 1992b: 64–65; 1995: 39).

Seuraavaksi kuvaan lyhyesti omaa tutkijan tulkintaani talousuutisesta. Ymmärrän tekijän näkökulman olevan lähtökohtaisesti tekstissä mukana. Teksti on uutistekstile tyypilliseen tapaan raporttimaista tekstiä, josta tekijän läsnäolo on häivytetty (ks. Martin & White 2005). Uutistekstin tekijä on tekstissä esitettyjen tietojen ja tekstilajin tulkinnan perusteella tunnistettavissa Kauppalehden uutistoimittajaksi. Tämä tulkinta heijastuu merkitysten tulkintaan. Tekijän näkökulma korostuu esimerkiksi lauseessa *Nykyään tanskalaisen Carlsbergin omistama Sinebrychoff perustelee säästötoimia* —, jossa tekijä positioituu taustoittajaksi kertomalla omistussuhteista ja tulkitsijaksi nimeämällä syyt perusteluiksi. Ulkopuolisen raporttoijan vaikutelma syntyy myös siitä, että tekijä toteaa, mitä kohdeyritys tekee (*Sinebrychoff vähentää/aloittaa*). Saman vaikutelman antaa ulkoisen äänen käyttö ilmaisuissa *Sinebrychoffin mukaan* ja *Panimoteollisuus on arvostellut*.

Ideologisesta näkökulmasta teksti vaikuttaa varsin yksitotiselta, ja siinä korostuu kauttaaltaan *liiketoiminnalliseksi* nimeämäni ideologia. Liiketoiminnallisessa ideologiassa pidetään hyväksyttynä itsestäänselvyytenä yrityksen pyrkimystä voiton maksimointiin. Ideologia palvelee yritysten omistajien taloudellista valtasemaa, ja omistajien lisäksi myös liiketoiminnasta vastaavan yritysjohdon voi olettaa jakavan ideologian (Hirsto 2010: 8–9). Liiketoiminnallinen ideologia korostuu jo otsikossa, kun suomalaisten juomisen vähäisyys esitetään ongelmana² ja perusteluna yrityksen toimille (henkilökunnan vähentäminen), sillä tuotteen kulutuksen väheneminen heijastuu yritystoiminnan kannattavuuteen. Samalla otsikon toteamus suomalaisten liian vähäisestä juomisesta asettuu mediassa yleisesti toistetulle terveysdiskurssille vastakkaiseksi, millä herätetään lukijan kiinnostusta. Uutisen leipätekstin aloituskappaleessa kuvataan henkilöstön vähentämistä tarkemmin ja tuodaan esille yrityksen tavoitteet. Liiketoiminnallinen näkökulma jatkuu kappaleissa 2–4, joissa yritys pääsee perustelemaan

² Otsikon voi toki nähdä humoristiseksi, mikä ei kuitenkaan kumoa sen rakentamaa negatiivista ja ideologista merkitystä.

toimintaansa tilanteen aiheuttaneilla syillä. Kappaleissa 5–7 selitetään tarkemmin, miksi esitetyistä syistä seuraa ongelmia kotimaiselle yritystoimijalle. Kappaleessa 5 arvion esittäjäksi nimetään koko teollisuuden ala, joka arvioi syiden (alkoholiveron korotukset) seurauksia (kilpailun kiristyminen). Samalla korostuu liiketoiminnallisen näkökulman rajoittuminen suomalaisen liiketoimintaan, mikä mahdollistaa liittoutumisen työntekijöiden näkökulman kanssa (alan kotimaiset työpaikat vaarantuvat).

Uutisessa tanskalainen yritys asetetaan osaksi muita ”kotimaisia yrityksiä” ja koko alaa, panimoteollisuutta, ja näin ulkomaisella yrityksellä nähdään uusliberalismin ideologian (ks. Söderbaum 2008) mukaisesti olevan samat oikeudet kuin täysin kotimaisilla yrityksillä. Tuomalla esille yrityksen toimien perusteluja yritystä kuvataan pikemminkin vastuullisena kuin vain voittoon pyrkivänä toimijana, joka ajautuu vaikeaan tilanteeseen ja irtisanomisiin ulkoisten tekijöiden aiheuttamana. Vaikka uutisessa kilpailu määrittyy yhdeksi ongelmien syyksi, uusliberalistiseen liiketoiminnalliseen ideologiaan kuuluu ajatus vapaista markkinoista. Kilpailu on tällöin legitimoitu osa maailmaa, jossa pärjätäkseen yrityksen on myös toisinaan vähennettävä työntekijöitä. Koska kilpailu on itsestäänselvästi hyväksyttyä, toimien syyksi täsmentyy erityisesti verotus ja poliittiset toimet. Poliittisen vallan esittäminen liiketoimintaa sekoittavana toimijana rakentaa uusliberalistista ideologiaa, johon kuuluu ajatus valtioiden mahdollisimman vähäisestä sekaantumista markkinoihin.

3 Vastaanottajien tulkintoja uutisen näkökulmista

Vastaajille esitettiin kaksi näkökulmiin liittyvää kysymystä, joista ensimmäisessä kysyttiin yhtä näkökulmaa ja toisessa pyydettiin kertomaan, mitä muita näkökulmia tekstissä esitettiin. Näin kysymykset johdattelivat paitsi näkökulman linkittämiseen ihmiseen tai ihmisryhmään, mutta myös siihen mahdollisuuteen, että näkökulmia on tekstissä useampia kuin yksi. Näkökulmia esitettiinkin monissa vastauksissa useita. Kolmessa vastauksessa esitettiin 4 erilaista näkökulmaa, 10 vastauksessa 3 näkökulmaa, 18 vastauksessa 2 näkökulmaa ja 5 vastauksessa 1 näkökulma. Taulukossa 1 on opiskelijoiden esittämien kaikkien näkökulmien (83 kpl) perusteella tehty luokittelu vastauksista. Oikeanpuoleisessa sarakkeessa on sitaatteja uutisesta, joilla tuon esille, miten näkökulma linkittyi tekstissä esitettyihin merkityksiin.

Taulukko 1. Opiskelijoiden tulkitsemat näkökulmat (n=83) ja näkökulmiin linkittyvät tekstimerkitykset

Näkökulman luonnehdinta	Yhteensä	Näkökulmaan linkittyvät tekstimerkitykset
Ihmisyhmä	8	Suomalaiset eivät juo tarpeeksi
Kuluttaja	10	Lisäksi asiakaskunta keskittyy ja vaatii toimitusketjulta yhä suurempaa tehokkuutta.
Työntekijä	17	Sinebrychoff vähentää henkilökuntaa , Sinebrychoff aloittaa työntekijää koskevat yt-neuvottelut , hintaeron kasvu — vaarantaa työpaikkoja kotimaassa
Yritys/tehdas/ johtaja	18	Sinebrychoff vähentää henkilökuntaa, Sinebrychoff aloittaa — yt-neuvottelut, joissa tavoitellaan —, Sinebrychoff perustelee säästötoimia Suomen juomamarkkinoiden laskulla —, Sinebrychoffin mukaan —
Panimoteollisuus/ koko ala	12	Sinebrychoff perustelee säästötoimia – jatkuvilla panimoteollisuuden kohdistuvilla veronkorotuksilla, Panimoteollisuus on arvostellut —
Sijoittaja/omistaja	3	-
Kansantalou- dellinen	3	-
Muut maat	1	Alkoholiveroa laskettiin Viron EU-jäsenyyden takia —, —hintaeron kasvu lisää juomien matkustajatuontia naapurimaista ja vaarantaa alan työpaikkoja kotimaassa . Sinebrychoffin mukaan kilpailu kotimaassa on kiristynyt —
Valtio/verottaja	4	Sinebrychoff perustelee säästötoimia – jatkuvilla panimoteollisuuden kohdistuvilla veronkorotuksilla . Myös virvoitusjuomaveroa nostettiin tämän vuoden alusta. Panimoteollisuus on arvostellut etenkin alkoholiveron korotuksia siksi, —
Kirjoittaja	1	Toimittajan nimi, ks. myös tutkijalukijan analyysi
Asiantuntija	2	Toimittajan nimi, ks. myös tutkijalukijan analyysi
En tiedä/epäselvä	4	-
Yhteensä	83	

Kuten taulukosta 1 voidaan havaita, osa tulkinnoista näyttää perustuvan lukijan omaan tietoon pohjautuvaan päättelyyn. Kuitenkin yli puolet tulkituista luokista liittyy tekstissä esitettyihin merkityksiin, joiden voi nähdä suoraan johdatelleen lukijan tulkintaa. Opiskelijoiden tukeutuminen tulkinnassaan tekstin eksplisiittisiin merkityksiin käy ilmi myös heidän omista perusteluistaan (esim. 7, 10–12, 16–18, 21). Jotkin perusteluista ovat luonnehdittavissa kriittisiksi, kuten maininnat yrityksen intentiosta (esim. 5 ja 9) tai pyrkimyksestä kirjoittaa kiinnostavasti lukijoille (esim. 2, 3, 6, 8, 20, 22). Näiden kriittisempien näkemysten lisäksi perusteluissa myös puolustetaan näkökulman tarpeellisuutta (esim. 13) tai tulkitaan näkökulmaa eritellen sitä tarkemmin (esim. 4 ja 14). Toisinaan perusteluja ei ole (esim. 1, 15, 23).

Esittelen lyhyesti vastaajien tekemiä tulkintoja, joihin luokittelu perustuu. Ihmisryhmän luokka sisältää vastauksia, joissa näkökulman esitetään olevan hyvin yleinen (esim. 1), lukijan (esim. 2) tai suomalaisen (esim. 3)³. Tekstin näkökulmaksi on usein tulkittu myös kuluttajan näkökulma (esim. 4–6). Esimerkki 5 tuo esille, miten selkeästi esitetty kuluttajan näkökulma liitetään myös toimittajan toimimiseen yrityksen näkökulman mukaisesti. Molempien luokkien vastauksissa (esim. 2 ja 6) nostetaan esille, että tekstissä tuotetaan nimettyä näkökulmaa juuri lukijoiden palvelemiseksi. Toiseksi yleisimmin (17 kpl) lukijat ovat tulkinneet näkökulmaksi työntekijän näkökulman (esim. 6–7).

- (1) **Normitallaajan** näkökulmasta. (KE2)
- (2) Asiaa tarkastellaan **tavallisen kansalaisen** näkökulmasta siksi että lukijat kiinnostuivat uutisesta. (KK12)
- (3) **Suomalaisten** näkökulmasta. Suomalaisia kiinnostaa suomalaisten työpaikat. (KV9)
- (4) **Maailmankansalaisen**: sitä ja sieltä ostetaan, mistä halvemmalla saadaan. (KE6)
- (5) **Kuluttajan** näkökulmasta. Ehkä Koff on antanut toimittajalle vähän näytteitä, että tämä kirjottaisiin kyseisen sympatiaa keräävän jutun. (KV7)
- (6) Asiaa tarkastellaan **suomalaisten panimoalan työntekijöiden** ja osittain myös kuluttajien näkökulmasta. Näin teksti koskettaa enemmän lukijoita. (KK10)
- (7) Asian tarkastelun näkökulma on **yt-neuvotteluissa kärsivissä työntekijöissä**, jotka saavat kärsiä osittain veropäätöksiensä vuoksi. (KK4)

Siinä missä osa vastaajista tulkitsee näkökulman yleiseksi ihmisryhmän, kuluttajien tai työntekijöiden näkökulmaksi, on kiinnostavaa, että samaa tekstiä tulkiten osa vastaajista on päätenyt näille vastakkaiseksi nähtävään näkökulmaan. Samalla vastaajat lähestyvät myös tekstistä itse tulkitsemaani näkökulmaa, sillä liiketoiminnallista ideologiaa toisintava teksti on yhteneväinen yrityksen, teollisuuden alan ja erityisesti yritysten omistajien intressien kanssa. Yleisimmin tekstin onkin tulkittu rakentavan yrityksen, tehtaan tai johdon näkökulmaa (18 kpl). Tähän luokkaan olen sisällyttänyt esimerkit 8–10. Luokkaa lähelle tulevat tulkinnat, joissa tekstissä tuotetuksi esitetään panimoteollisuuden tai koko alan näkökulma (12 kpl), kuten esimerkeissä 11 ja 12. Tähän luokkaan olen tulkinnut myös vastaukset, joissa näkökulmaksi on nimetty yritykset monikkomuotoisesti (esim. 13) tai puhe on yritysmaailmasta (esim. 14). Näin luokittelu korostaa yksittäisen yrityksen erottelua koko alan yrityksistä. Yksittäisenä yrityksenä Sinebrychoff on osa tanskalaista konsernia, joka kylläkin toimii Suomessa, mutta eri periaattein kuin täysin kotimainen yritys. Siten puheen kotimaisista yrityksistä voi nähdä yleistämiseksi, jota kenties osa erottelun ymmärtävistä välttää.

³ Kulloinkin esittelyssä oleva näkökulma esimerkeissä on lihavoitu.

- (8) **Yrityksen** näkökulmasta. Maailmankuva on kustannustehokas, koska uutinen on suunnattu sijoittajille. (KE3)
- (9) Tilannetta tunnutaan katselvan **Sinebrychoffin** näkökulmasta. Sinebrychoff haluaa tuoda esiin seikkoja, miksi yt-neuvotteluihin on ajaututtu. (KE11)
- (10) Asioita tarkastellaan myös **johtajien** näkökulmasta, sillä uutisessa perustellaan lomautukset verojen nousulla ja sillä, että ihmiset juovat vähemmän. (KK12)
- (11) **Koko alan**. Selviää mm. kappaleesta joka alkaa "Panimoteollisuus on arvostellut etenkin alkoholiveron korotuksia..." (KE5)
- (12) **Panimoyrittäjien**. Panimoteollisuus on arvostellut, Sinebrychoffin mukaan, Sibrykoff perustelee. (KV7)
- (13) Asiaa tarkastellaan **kotimaisten yritysten** näkökulmasta. Laman aikaan kotimaisten yritysten tukeminen on erityisen tärkeää ja ajankohtaista. (KK8)
- (14) **Yritysmailman** näkökulma. 'Pieni ihminen' ei kuulu tähän näkökulmaan. (Tulee vaalit mieleen näistä minun kommentteistani - ainakin itselleni...) (KV4)

Tekstistä on tulkittu myös kansantaloudelliseksi nimeämäni näkökulma (esimerkki 15 ja 16) sekä muiden maiden näkökulma (esimerkki 17). Valtion tai verottajan näkökulma nostetaan myös esille (esimerkki 18), mikä on kiinnostavaa, sillä tekstissä verotus asettuu yhdeksi ongelmien syyksi. Näkökulmaksi voidaan esittää myös sijoittajan tai osakkeenomistajan näkökulma (esimerkit 19 ja 20).

- (15) Tarkastelunäkökulmana on **talouden rattaiden pyöriminen**, eikä yksittäisen ihmisen valinnat ja niiden ymmärtäminen. (KE8)
- (16) Toimittaja ottaa **yleisen näkökannan, että irtisanomiset ovat negatiivinen asia yhteiskunnalle**. Kenties otsikkokin on hieman ironinen, joka periaatteessa kysyy: pitäisikö siis juoda enemmän että työpaikat säilyy? (KK11)
- (17) **Muiden maiden** näkökulmasta, puhutaan mm. alkoholiveron laskusta. (KV2)
- (18) **Verottajien (eli valtion)**. Teksti käsittelee juomaveroja melko kattavasti. (KK9)
- (19) **Sijoittajien**. (KK1)
- (20) Kuluttajien, töissäolevien ja **osakkeenomistajien** näkökulmista. Oletettavasti siksi että ko. kuvauksiin sopivien ihmisten voidaan ajatella lukevan ko. julkaisua. (KV10)

Kolmesti näkökulmaksi esitetään kirjoittajan tai asiantuntijan näkökulmaa (esim. 21–22). Toisinaan näkökulma on jäänyt myös epäselväksi tai löytymättä (esim. 23). Tämä kertoo siitä, että joillekin näkökulman käsite lienee selkiytymätön siinä määrin, etteivät he halua vastata laisinkaan. Väitettä tukee se, että vastaajat ovat kuitenkin vastanneet muihin kysymyksiin.

- (21) Asiaa tarkastellaan **kirjoittajan** näkökulmasta. Hänen mielestään alkoholin verotusta on nostettu jo tarpeeksi. Tekstissä on tällainen maailmankuva, koska kirjoittaja tuo esille alkoholin verotusta koskevia faktoja. (KK2)
- (22) **Asiantuntijan** näkökulmasta, sillä teksti on kirjoitettu nimenomaan asiantuntijalta asiantuntijoille. (KK6)
- (23) Teksti on melko neutraali, **enkä löydä selkeää näkökulmaa**. (KK3)

Opiskelijat tulkitsevat näkökulmaksi harvoin yksittäisen henkilön näkökulman, poikkeuksena kirjoittajan tai asiantuntijan näkökulmat. Näyttää siltä, että näkökulma on yleensä mielletty ryhmän suhtautumiseksi asiaan tai muutamaan kertaan abstraktiksi, omaksutuksi näkökulmaksi (kansantaloudellinen nk.). Ensimmäisen kysymyksen lisäys ”Miksi tektissä on tällainen maailmankuva?” lieneekin johdatellut vastaajia ymmärtämään näkökulman liittyvän jaettuun maailmankuvaan. Näkökulmaksi on usein nostettu jotakin sellaista, mikä tekstissä sanotaan suoraan. Osa tällaisista tulkinnoista (esim. muiden maiden ja valtion/verottajan nk.) ei tunnu kovin luontevilta. Taulukkoon 2 on eritelty opiskelijoiden tulkitsemat näkökulmat ryhmiteltynä koulutustaustan perusteella. Vain 5–10 opintopistettä opiskelleiden (KK) ryhmässä näkökulmaksi oli tulkittu kirjoittaja tai asiantuntija. Useimmat muut luokat esiintyvät kaikkien ryhmien vastauksissa tai ovat hyvin vähäisiä.

Taulukko 2. Tekstistä tulkitut näkökulmat ryhmittäen

Näkökulman luonnehdinta	14–230 op (KE) (13 hlöä)	5–10 op (KK) (13 hlöä)	0 op (KV) (10 hlöä)	Yhteensä
Ihmisryhmä	1	4	3	8
Kuluttaja	4	2	4	10
Työntekijä	5	8	4	17
Yritys/tehdas/johtaja	10	7	1	18
Panimoteollisuus/koko ala	4	6	2	12
Sijoittaja/osakkeenomistaja	0	1	2	3
Kansantaloudellinen	1	1	1	3
Muut maat	0	0	1	1
Valtio/verottaja	1	1	2	4
Kirjoittaja	0	1	0	1
Asiantuntija	0	2	0	2
En tiedä/epäselvä	1	1	2	4
Yhteensä	27	34	22	83

Kiinnostavaa on erityisesti se, että kauppatiedettä opiskelleet (KE ja KK) ovat usein tulkinneet näkökulmaksi yrityksen/tehtaan/johtajan tai panimoteollisuuden/koko alan. Vastausten taustatiedoista ilmenee myös, että 0 opintopistettä ilmoittaneista vastaajista kolmella on kaupallinen pohjatutkinto (2 tradenomia, 1 merkonomi), joiden vastauksia ryhmässä KV esiintyvät yritysten (1 kpl) ja panimoteollisuuden (2 kpl) näkökulmat ovat. Vastauksissa esiintyvä yhtenäisyys näyttäisi viittaavan kauppatieteen opintojen samankaltaistavan talousuutisesta tehtäviä tulkintoja.

4 Päättäjä

Suuri osa opiskelijoista oli tulkinnut tekstin uutiseksi. Uutista on usein pidetty tekstilajina, jolta odotetaan objektiivisuutta. Odotusten ja tulkintojen ristiriitaisuudet eivät nouse näkyviin opiskelijoiden vastauksissa, mikä johtunee osittain johdattelevista kysymyksistä. Ilman vaikeuksia tai vastustusta tehdyt tulkinnat tekstin näkökulmista voi kuitenkin nähdä hiljaisena hyväksyntänä ajatukselle tekstistä uutisena, joka ei ole pelkästään informaation siirtämistä. Tekstistä tulkituissa näkökulmissa on paljon vaihtelevuutta, mikä on osittain selitettävissä yhteneväisyyksillä tekstissä esiintyvien merkitysten kanssa. Tutkijalukijan tulkintaan verrattuna erityisesti yrityksen ja teollisuuden näkökulmat ovat yhteneväisiä liiketoiminnallisen ideologian kanssa, ja tästä syystä voi väittää, että eritoten kauppatieteitä opiskelleet ovat löytäneet tekstistä olennaisimman näkökulman hairahtumatta jossain tekstikohdassa esiintyvään, ideologiasta etäiseksi jäävään näkökulmaan. On mahdollista, että kauppatieteitä lukeneet tuntevat paremmin yritysmailman käytäntöjä, joita heijastavaksi he ovat melko suoraviivaisesti uutisen tulkinneet. Tällaisen johtopäätöksen varmistaminen vaatisi tietenkin lisätutkimuksia.

Taustakysymyksessä suuri osa lukijoista (17 kpl) kuvailee suhtautumistaan talouteen positiiviseksi (kiinnostuneeksi), loput neutraaliksi ja kaksi kriittiseksi. Kaupallisten aineiden opiskelusta ei välttämättä seuraa se, että opiskelijat lukisivat talousuutisia kriittisesti. Yhtä lailla on mahdollista, että koulutus indoktrinoi opiskelijan, jolloin tulkinnoissa nousee esille lähinnä kyky analyttiseen, erittelevään lukutapaan. Tällöin lukija saattaa tunnistaa tekstissä tuotetun ideologian, mutta ei tuo esille suhtautumistaan siihen. Yleisesti tulkintoja voikin luonnehtia neutraaleiksi. Neutraalia vastaamista tukee paitsi aineistonkeruumenetelmä, myös talousjournalistinen diskurssi ja uutistekstilaji, joka asiallisuudessaan ei ”kutsu” ottamaan kantaa (ks. Hautakangas 2006: 28). Vaikka näkökulmaksi on tulkittu yrityksen ja panimoteollisuuden näkökulma, vastauksissa ja perusteluissa kriittiset, ideologian ja vallan tulkintaan liittyvät huomiot tai negatiivinen suhtautuminen tekstissä tuotettuun tarkastelutapaan ovat vähäisiä. Tutkittaessa talousteksteistä tehtäviä tulkintoja on jatkossa syytä selvittää lukijoiden kykyä sekä analyttiseen että kriittiseen lukutapaan ja täsmentää paitsi kysymyksenasettelua, myös erilaisten lukutapojen määrittelyjä.

Lähteet

- Bahtin, Mihail (1986/1929). *Speech genres and other late essays*. Toim. C. Emerson & M. Holmquist. Kääntänyt V. W. McGee. Austin: University of Texas Press.
- van Dijk, Teun A. (1998). *Ideology. A Multidisciplinary Approach*. London & Thousand Oaks & New Delhi: Sage.
- Fairclough, Norman (1992a). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Fairclough, Norman (1992b). *Miten media puhuu*. Suom. Virpi Blom & Kaarina Hazard. Tampere: Vastapaino.
- Fairclough, Norman (1995). *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. Language in Social Life Series. Lontoo & New York: Longman.
- Fairclough, Norman (2006). *Language and Globalization*. Lontoo & New York: Routledge.
- Fowler, Roger (1991). *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. Lontoo & New York: Routledge.
- Hautakangas, Mikko (2006). Aktivoitu yleisö Suomen Big Brotherin internet-keskustelupalstalla. *Tiedotustutkimus* 4, 24–40.
- Herkman, Juha (2007). *Kriittinen mediakasvatus*. Tampere: Vastapaino.
- Hirsto, Heidi (2010). *Vastuutonta puhetta? Esseitä talouden merkityksellistämistä*. Aalto University School of Economics. Acta Universitatis Oeconomicae Helsingiensis A-377.
- Katajamäki, Heli ja Johanna Ketola (2005). Paparazzeja ja wannabe-älykköjä. Yliopisto-opiskelijat Katsot-lehden ja Kauppalehden lukijoina. Teoksessa: *Erikoiskielet ja käännösteoria. Vakkii-symposiumi XXV. Vöyri 12.–13.2.2005*, 146–155. Toim. Karita Mård-Miettinen ja Nina Niemelä. Vaasan yliopiston käännösteorian ja ammattikielten tutkijaryhmän julkaisut nro 32.
- Kauppalehti (2012). Kauppalehden kohderyhmäpaketit [online]. [Lainattu 14.4.2012]. Saatavilla <http://media.kauppalehti.fi/web/guest/kohderympaketit>
- Kupiainen, Reijo & Sara Sintonen (2009). *Medialukutaidot, osallisuus, mediakasvatus*. Helsinki: Palmenia.
- Kytömäki, Juho & Ari Savinen (1993). *Terveisiä katsojilta. Palautetutkimuksen televisiota koskevien keskustelujen analyysi*. Yle.
- Lankshear, Colin (1997). Language and the New Capitalism. *The International Journal of Inclusive Education* 1: 4, 309–321.
- Martin, J. R. & Peter White (2005). *The Language of Evaluation. Appraisal in English*. Hampshire & New York: Palgrave Macmillan.
- Pietilä, Veikko (1995). *Kertomuksia uutisista, uutisia kertomuksista*. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja A 86. Tampere: Tiedotusopin laitos.
- Rantala, Leena (2007). Kriittiset lukutaidot mediayhteiskunnassa. Teoksessa: *Kriittisen pedagogiikan kysymyksiä*, 137–152. Toim. Tapio Aittola, Juha Eskola & Juha Suoranta. Tampereen yliopiston kasvatustieteellinen laitos.
- Swales, John (1990). *Genre Analysis. English in Academic and Research Settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Söderbaum, Peter (2008). *Understanding Sustainability Economics: Towards Pluralism in Economics*. London: Earthscan.
- Vološinov, Valentin (1990). *Kielen dialogisuus*. Suom. Tapani Laine. Tamper: Vastapaino.