



VAASAN YLIOPISTO

HELI KATAJAMÄKI
MERJA KOSKELA
SUVI ISOHELLA
(Toim./Eds)

Lukija- ja käyttäjälähtöinen viestintä

Viestinnän tutkimuksen päivät 2007

Reader- and User-Oriented
Communication

National Conference of Communication Studies 2007

VAASAN YLIOPISTON JULKAISUJA

SELVITYKSIÄ JA RAPORTTEJA 152

Esipuhe

Verkotettua lukija- ja käyttäjälähtöisyyden tarkastelua

Tämä konferenssijulkaisu pohjautuu Viestintätieteiden yliopistoverkoston ja Vaasan yliopiston viestintätieteiden laitoksen järjestämällä Viestinnän tutkimuksen päivillä 30.11.–1.12.2007 pidettyihin esitelmiin. Tutkimuspäivien teemana oli *Lukija- ja käyttäjälähtöisyys – vaatimuksia, sovelluksia, kritiikkiä*. Viestinnän tutkimuksen päivät ovat Viestintätieteiden yliopistoverkoston tutkimuspäivät, jotka järjestettiin nyt jo neljännen kerran. Viestintätieteiden yliopistoverkoston tavoitteena on toimia verkostona eri yliopistojen ja laitosten viestinnän tutkijoille ja opettajille, ja yksi verkoston konkreettinen tapaamispaikka on tutkimuspäivät.

Tämänkertaiset Viestinnän tutkimuksen päivät kokosivat Vaasaan 99 osallistujaa ympäri Suomea. Yhteisöviestinnän, sanomalehden visuaalisuuden, journalismin tutkimuksen, kriittisen mediateorian, liikeviestinnän, teknisen viestinnän, informaatiotutkimuksen, EU-tutkimuksen ja vuorovaikutuksen tutkimuksen näkökulmat olivat esillä 10 eri työryhmässä.

Tutkimuspäivät olivat monen järjestelijän yhteistyön tulos. Tutkimuspäivien suunnitteluun ja järjestelyyn osallistuivat Informaatiotutkimuksen yhdistys, Prologos, Suomen tekniset dokumentoijat, Suomen elokuvatutkimuksen seura, Tiedotusopillinen yhdistys ja Vaasan ammattikielen, monikielisyyden ja kääntämisen tutkijaryhmä. Viestintätieteiden laitoksen henkilökunta kantoi käytännön järjestelyistä päävastuun.

Tutkimuspäivien plenaariesitelmät pitivät hypermedian professori (alana erit. digitaalinen kulttuuri ja pelitutkimus) Frans Mäyrä Tampereen yliopistosta ja vanhempi lehtori Janet Jones Länsi-Englannin yliopistosta (University of the West of England). Mäyrän plenaarin otsikkona oli *Making a Change: From Player-Centred Game Studies to Player-Centred Game Design?* Jones puolestaan puhui yleisön BBC:hen tuottamista sisällöistä otsikolla *Managing and regulating user generated news content – the encroachment of ‘crowdsourcing’ within BBC news*. Jonesin plenaariesitelmän pohjalta kirjoitettu artikkeli on luettavissa myös konferenssijulkaisustamme.

Tutkimuspäivien teemaa tarkennettiin tutkimuspäivien kutsussa kysymyksiin: Millainen viestintä on ymmärrettävää? Millaisia odotuksia, tietoja ja taitoja on lukijalla/käyttäjällä? Millaista on hyvä lukija- tai käyttäjälähtöinen viestintä? Miten lukijan/käyttäjän odotuksiin vastaaminen näkyy viestinnässä? Mitä hyvää/huonoa

tästä seuraa? Millä tavoin kuluttajan ja kansalaisen näkökulmat kohtaavat toisensa? Miten mediakasvatus voi tukea lukijaa? Tämän konferenssijulkaisun artikkeleissa esitetään useita vastauksia tutkimuspäivien kutsussa esitettyihin kysymyksiin. Tutkimuspäivien moninaisten näkökulmien rikkaus heijastui konferenssijulkaisun artikkeleiden ryhmittelyyn. Artikkelit on nyt ryhmitelty väljästi teemoittain, ja saman teeman alla on useamman eri työryhmän antia.

Kiitämme kaikkia tutkimuspäivien suunnitteluisa ja järjestelyissä mukana olleita, tutkimuspäiville osallistuneita esitelmöitsijöitä ja kuuntelijoita sekä konferenssijulkaisuun kirjoittaneita viestinnän tutkijoita. Erityisesti kiitämme kaikkia vertaisarvioijia, joita ilman konferenssijulkaisumme olisi jäänyt toteutumatta. Jatkeetaan verkostoitumista!

Heli Katajamäki, Merja Koskela ja Suvi Isohella

Konferenssijulkaisun toimittajat

Vaasassa 10.6.2008

Sisällys

1 PLENAARI

<i>Janet Jones</i>	1
Changing Auntie Beeb – a case study in managing and regulating user generated news content at the BBC	

2 INFORMAATIOTUTKIMUS

<i>Isto Huvila</i>	22
Entä informaatiokirjoitustaito?	
<i>Jouko Raivio & Jarmo Saarti</i>	28
Koneen kanssa viestiminen: esimerkkinä kirjaston näyttöluettelon lukeminen	
<i>Pirjo Vatanen & Vuokko Palonen</i>	35
Tekijä, lukija ja kirjastot sisällönkuvailun kentässä – kuka kohtaa kenet?	

3 TEKNINEN VIESTINTÄ

<i>Suvi Isohella</i>	48
Käyttäjälähtöisyys teknisen viestinnän alan kvalifikaatioissa	
<i>Leena Salmi</i>	55
Lokalisoinnin käsitteestä	
<i>Tytti Suojanen</i>	64
Informaatiotyypit ja käytettävyys 1950-luvun suomalaisissa käyttöohjeissa	
<i>Isa Ågren & Ullakaisa Kantojärvi</i>	71
Laying the foundations: Supporting users in finding technical information	

4 TEKSTI, KULTTUURI JA KRITIIKKI

<i>Heli Katajamäki</i>	77
Selitettyjä kehityskulkuja. Tarkasteltavana taloussanomalehtien pääkirjoitukset ydinkeskeisen rakenteen näkökulmasta	
<i>Merja Koskela</i>	89
Kulttuuripiirteet verkkolehdistä – analyysimallin kehittelyä	
<i>Tiina Männikkö</i>	97
Ulkoisen tiedeviestinnän tekstilajeista	

<i>Simo Pieniniemi</i>	104
Lawrence Grossberg yleisökeskeisen kulttuurintutkimuksen kriitikkona	
<i>Juha Suoranta</i>	115
Rancièrè radikaalista tasa-arvosta ja kasvatuksesta	
5 YHTEISÖT JA VIESTINTÄ	
<i>Pertti Hurme</i>	127
Organisaatiot verkkomaailmassa: Second Life	
<i>Kaisa Koskinen</i>	138
Kansalaiset keskustelevat – kuuleeko EU?	
<i>Esa Lehtinen</i>	145
Vuorovaikutusoppikirjat, vuorovaikutustutkimus ja ammatillinen osaaminen: Esimerkkinä perinnöllisyysneuvonta	
<i>Vilma Luoma-aho</i>	152
Making stakeholders, gaining legitimacy	
<i>Tuomo Mörä</i>	160
Miksi Euroopan unioni ei kiinnosta kansalaisia?	
<i>Christine Young, Kati Niemi & Timothy Binham</i>	170
Going Local: Reform of the European Union’s Communication Strategy	

1 PLENAARI

Janet Jones

Changing Auntie Beeb – a case study in managing and regulating user generated news content at the BBC

There is an uneasy relationship between news providers such as the BBC (British Broadcasting Corporation) and the adoption of bottom-up news sourcing routines. This paper seeks to analyse the speeches of senior BBC news executives alongside official documents and examples of the BBC's user generated news output (2007, 2008) in order to better understand where the Corporation situates itself in regard to contributions from its publics. By inviting viewers and listeners into the process by which they produce news, broadcasters can potentially open a new dialogue which can enhance the relations between a broadcaster and its public as well as between citizens themselves.

Yet, despite the internet's potential to re-invent news production along more democratic lines, I argue here that established news outlets like the BBC are more comfortable and accomplished engaging in 'crowd-mining' and 'crowdsourcing' newsgathering activities, while nervous of any move towards more open-sourced practices. I define the former as a corporate, top-down, aggressive harvesting of ideas, product innovations and product feedback from users as part of a gift economy. The latter, implies an attempt to produce news in an egalitarian and participatory manner where communication is often horizontal and there are few barriers to entry.

This paper concludes that, in order for the BBC to fulfil its remit as a public service provider, able to host a diversity of voices and in turn foster a healthy public sphere, it needs to change its top-down, controlling culture. The Corporation's survival might well depend on its success in engaging diverse publics, bringing them together through the latent power of new media and providing the legitimacy it needs to continue its present funding regime past the 2016 review.

Keywords: participatory journalism, crowdsourcing, BBC News, public service broadcasting, open-source news

Introduction

A 2008 study of how the British news media is struggling with user-generated content concludes that, ‘UK newspaper websites are adopting a traditional gate-keeping role towards UGC’, and that editors are undergoing an uncomfortable transition in integrating user media (Hermida & Thurman, 2008: 1). It cites one major reason as the ‘aggressive-defensive culture’ common to the news industry (Reader Institute 2000). This works well when the pace of technological change is slow but becomes a barrier to change when faced with, ‘surging competition and revolutionary advances in technology.’ (Hermida & Thurman 2008: 6)

The BBC brand is one of the most recognisable and revered broadcasting brands internationally and the need to protect that brand from any damage that might result from USG is of great concern. Traditionally, journalists and editors are trained to gather and filter. This approach affords the maximum control. Yet, there is an irreconcilable contradiction between the working model of television news and true interactivity. The balance of power cannot strictly shift from the centre to the periphery because the producer cannot relinquish control. In a commercial environment, interactivity is inevitably artificially grafted onto commercial media products. I argue that, at this juncture, the BBC has chosen to create a democratic façade around its national news programming that falls short of the ideals underpinning the internet as a new civic commons, although new experiments at the very local level may hold the key to shifting the locus of control.

Cultural history

The Internet has been hailed as the ultimate democratic medium. Yet, Carey (2005: 443) argues that amid the promise of the internet, users and critics fail to see how changes in systems of production and dissemination can just as easily create new borders as break down old ones. Technology in and of itself, he affirms, is not necessarily liberating. Certainly the social structures that surround news production do not seem to be changing as fast as the new technologies used in the production process.

Technology may not always be liberating, but it often gives that illusion. At its best, technology is neutral, neither empowering nor disempowering. All technology fundamentally derives its use value from the collective actions of its gatekeepers. Yet, as each new medium takes hold, there remains a promise of techno-

logical transcendence – the dawn of a new, empowered communications environment.

We might take the beginnings of radio broadcasting as an example. At its onset, radio was heralded as an empowering medium, a community medium, but as it began to take hold early last century, it soon became clear that this new communications channel was in fact disempowering. The main reason was down to basic economics. Airwaves were a scarce resource, often controlled by governments or proxies to government such as the BBC thereby creating an elite group of gate-keepers.

Arguably, radio was a technological change that militated against an open market for ideas and universal access, whereas its predecessor, publishing, was far more liberating. At the outset, broadcasting was a product supplied by the state and once the state got its hands on it, was very reluctant to let it go. In most democracies the state was less able to control what went on the printing press or how it was distributed. Just because you had one newspaper, didn't stop the publication of others. Even with government censorship and repression of printed material it was not difficult for rogue publishers to operate clandestine presses, or to smuggle clandestine tracts into a country. Airwaves are more difficult for individuals to control and, although we experienced a period where pirate radio came into its own in the 1960s, it made very little impact. Therefore open-publishing and broadcasting have never enjoyed a rich tradition in England or other countries.

This has allowed the BBC to become habituated into a role where it is in control of the production and dissemination of broadcasting goods in British society. It has, some say, become a little arrogant and it was no coincidence that it earned the nickname, 'Auntie Beeb' – describing a matronly, well intentioned but paternalistic body.

Yet, over the last two decades, technology has done a lot to individualise the broadcasting marketplace and empower the individual. But, has it appreciably put the citizen in the driving seat? The BBC announced in November 2007 that it was reorganising BBC News to put the web and user generated content, 'close to the middle of the operation' (Horrocks 2007). This was hailed as part of a cultural, structural and physical transformation that would put the audience at the centre of BBC activity.

Like other media brands internationally, the BBC wants to position itself to take advantage of what new technology has to offer. It must continue to attract a large national audience to its programming to justify its continued survival. It sees that fostering a sense of audience agency will help grow its dwindling constituencies,

especially in the news arena. To aid this process it is seeking to promote the notion that the role of the producer can be supplanted by the power of the user.

Bottom-up Corporate News

Many researchers have begun to explore the attitudes of traditional news media practitioners toward technologies that enable a two way dialogue with audiences. At the outset the attitudes of reporters and editors tended to mix excitement over new media's potential with fear of and resistance to the challenges to journalistic traditions (Singer 1998; Williams 1998). Williams (1998: 31) states that the typical responses to new media include uneasiness and lamentation that traditional demarcations, such as 'the firewall between advertising and news,' the distinction between news and entertainment, and the separation of objectivity and opinion.

The BBC no longer sees bottom-up news sourcing as a marginal activity relegated to alternative on-line news sites, but has placed it at the heart of its recently published, 'Creative Future's strategy'. BBC (2006) describes this as 'a new editorial blueprint designed to deliver more value to audiences over the next six years and turn the BBC's public purposes laid out in the recent Government White Paper into quality content for the on-demand world'. It is what Peter Horrocks (then head of BBC Television News) (2006) described as an 'anti-elitist revolution' leaving behind an age when broadcasters told the public what to think and embracing the chance to give public space for citizens to 'think through democratic debate and interaction.'

Although the BBC might be applauded for stimulating information exchange and debate within an increasingly sterile public sphere, questions remain about how significant these pioneering efforts to change news room culture through audience contributions might be. The counter-argument is that BBC journalists are simply squeezing established routines and values into the new spaces opened up by electronic media, rather than any fundamental shift in practices.

Horrocks (2006) states that part of the rationale for introducing aggressive user generated content routines within the Corporation can be traced to declining audiences for traditional news output especially in the 16–34 year age group. BBC News lost 2.5 million young adults to mainstream news over the last five years. The BBC projects that, unless something radical is engineered, its local and national journalism on all platforms (TV, Radio and Online) may only reach two thirds of the population in five years time.

Horrocks (2006) terms this emotively as the ‘lost audience’ and argues that failing to entice these citizens back to the fold of PSB would lead to a ‘democratic deficit for a disengaged and disenfranchised part of society’. His argument centres on the desirability of ‘mass’ rather than ‘niche’ news provision. There has been a phenomenal growth in the use of tailored news services over the last five years that serve various minority interest groups and cater for highly specialised views and tastes. There is overarching concern that reliance on ‘niche’ news prevents citizens from regularly coming across ideas that disagree with their personal world-views. The decline of mass PSB news would thus impoverish and narrow the ‘range of information that society would hold in common’ and ‘more people would only come across views that reinforced rather than challenged their prejudices.’ (Ibid.)

This provides a strong and quite convincing reason to continue to support mass-reach public service news and the hope is that audience engagement through user-generated content will reclaim those lost to public service news and reinvigorate a valuable part of the public sphere. In theory, interactivity should strengthen the bonds between broadcaster and audience, so this form of news sourcing has the dual benefit of both enriching the news agenda and attracting loyal listeners.

The BBC needs to harness this power to weather the storms of the next ten years and it may be well placed to do this. The key question is whether it can be successful in harvesting the public voice and tapping into this new vibrant gift economy creating a product sold to the people consuming it even if they are contributing to it.

The BBC’s quandary

In his book, *The Third Wave*, Toffler (1980) describes the notion of a prosumer (producer-consumer) where the consumer moves up the value chain and becomes a producer helping to fashion the product he will ultimately buy. Picone (2007) prefers to use the word produser (producer-user) to describe the activities that surround online citizen journalism activity. As the production of news becomes part of the consumption of news, the users role can be reconceptualised. ‘He does not merely consume news, but also shares it, rates it, searches it and produces it’ (Picone, 2007: 104). This inevitably upsets the power base and editorial decision base of any traditionally run news organisation. Each must decide to what extent it wants to leverage audience participation and how committed it is to embracing audiences as ‘prod-users’, integrating audiences into the production process – into the very formation of news.

The BBC, Britain's largest and most significant public service broadcaster, is in a quandary, illustrated vividly in a recent speech by its head of Multi Media News, Peter Horrocks, entitled *The Value of Citizen Journalism* (Horrocks 2008).

Underpinning Horrocks's vision for the BBC is a profound ambivalence towards participatory journalism. His remonstrations suggested that the organisation is uncomfortable with fully embracing audiences as producers of news.

I want to argue that the somewhat messianic and starry-eyed way in which public participation journalism is argued for needs some very careful consideration.... We cannot just take the views that we receive via emails and texts and let them dictate our agenda. Nor should they give us a slant around which we should orient our take on a story. (Horrocks 2008)

There were many excellent reasons given for this discomfort including issues of quality, impartiality, cyber-bullying, lobbying, professionalism etc.; yet, the problem is the hype that surrounded the introduction of user generated content at BBC News has grown exponentially over a very short period of time, raising expectations within the BBC's stakeholder group that a serious paradigm shift is underway that might genuinely dissolve boundaries between those that make the news and those that consume it.

The organisation is wrestling with two very different models of news production that compete irreconcilably top down control versus bottom up influence. The issues surrounding 'citizen journalism' have become a problem for the BBC. It needs to be seen to promote civic interaction to justify the continuation of its licence fee; but evidence from Horrocks speech suggests that the BBC is finding it increasingly difficult to balance these two competing ideals.

Horrocks relayed a powerful dilemma his news team faced just after Benazir Bhutto was assassinated in early January, 2008. The news room quickly launched a 'Have Your Say' forum which is a facility for users to post and recommend comments. They were deluged by reactionary, racist posts condemning the Islamic religion such as:

That's the way politics works with The Religion of Peace.

Religion of Peace strikes again.

Is this another example of the wonderful tolerance for which, or so we are constantly being told, Islam is famous? It's time the rest of the world stopped making excuses for this barbaric, dark ages way of life and completely condemned the casual brutality continually perpetrated by so many of the religion's supporters. (Horrocks 2008)

As a consequence the nervous BBC considered turning off the comment recommendation facility on the BBC News website. Horrocks (2008) said:

It was only a fleeting suggestion, but that we could consider, however briefly, freezing this important part of BBC News' service tells you something about the power and the potential danger of the new intensity of the interaction between the contributing public, journalists and audiences. And it raises the question of how much attention and resource news organisations should devote to this rapidly burgeoning aspect of our journalism. The vehemence and the unanimity of these opinions against the Muslim religion were striking. So why did we briefly consider freezing this forum? A small part of our thinking was that in the context of the death of a significant international figure, who was herself Muslim, we thought that the weight of remarks could be offensive to some users of the BBC News website. Might some readers believe that such views as "most recommended" represented an editorial line by BBC News? I suspect not, but there was at least that danger. But our real question concerned the editorial value of the comments and how far they should influence our coverage more widely. And the answers to that were: very little and hardly at all.

This shows the tensions between a genuine desire to harness audience views and contributions and the need to control them. The message was not one that was particularly palatable for a state broadcaster to relay and yet it could not cut off the flow of feedback without being accused of censorship. The BBC has charged itself with growing and nurturing the community it serves, but, Horrocks (2008) implies that it is afraid to open its gates too widely and allow disparate voices to be heard. Instead, the normative functions of the BBC newsroom struggle to reassert themselves against this unwelcome tide of 'bilious vitriol' from its public. Yet, once the dissolution of boundaries is underway and once expectations are created that the public has a voice, it may be difficult to quiet them.

UGC promises to challenge and enrich the way that news is produced. Boundaries between people, producers and text in news production that have traditionally been closed are starting to open and organisations such as the BBC have actively created and promoted new opportunities for changing and realigning these boundaries. The assumption is, of course, that audiences would welcome this change. These representative public posts, following the on-line publication of Horrocks speech, tell a different story. They were almost unanimous in wanting the BBC to abandon attempts to democratise the newsroom.

I think that the inclusion of such a high proportion of user-generated content and especially comment is a mistaken path for the BBC to be following.

We pay a licence fee to the BBC partly so that it can gather and present the news to us, and sometimes to analyse it. I trust its journalists and editors to be experts. Why is user opinion necessary at all in this process?

As someone who relies on BBC news on the radio and web for your (usually very good) coverage of the world, I don't feel included or empowered by this aspect of the site, but rather patronised and irritated by it. Just because the web can be more interactive than older media doesn't mean it should be.

The few instances you mention when readers were on the spot quicker than journalists are, I think, a separate issue, and I agree that in those special circumstances reportage or pictures from Joe Public fill a gap. Otherwise I'd rather that writing on the site was left to your journalists.

After reading Peter Horrocks's article I think these BBC fora should be discontinued as a waste of limited BBC resources. The BBC web medium is not suitable for reasoned discussion. The myths and misquotes gain credibility by much repetition.

I'd like to see an end to all this interactive rubbish. I pay my license fee to learn stuff from trained journalists and genuine experts. I don't want to hear the knee jerk bigotry of anonymous texters. (Horrocks 2008)

Where is the prod-user in all of this? These comments are crying out for authority and reliability, they are not asking for a voice or any part in this brave new interactive world. This phenomenon has been observed in other studies. The Project for Excellence in Journalism (2007) quoted an expert who recognised that participatory media, 'must offer the possibility of interactivity without getting pervasive or obtrusive for the passive user.' (Picone 2007: 105)

One way to understand the disquiet amplified in the above comments is to unpack the jargon that has built up around the term 'Citizen Journalism.' I believe that, presently, there exists a fundamental misalignment between the way UCG is packaged on the BBC and the way it is received by its stakeholder groups.

A definitional problem

The BBC actively solicits views, ideas, images and video from its audience and packages these requests up as 'citizen journalism'. The name 'citizen journalism' implies some form of active engagement with the news and an expectation of publication. It covers an array of activities but tends to denote new ways of har-

nessing the internet and mobile phone technology to fundamentally change the relationship between journalists, their sources and their readers.

The term ‘citizen journalism’ has spawned many synonyms over the past five years and is commonly used interchangeably with ‘crowdsourced journalism’, ‘participatory journalism’, ‘stand-alone journalism’, ‘networked journalism’, ‘open-source journalism’ and ‘community journalism’. Each one of these terms defines a distinctive engagement that is rarely distinguished in common parlance.

These neologisms share aspects in common. Firstly they assume realignment between producer and consumer of news texts and secondly they suggest that contributors are willing and enabled to participate in the news production process as part of the gift economy.

The BBC is beginning to make its own distinctions. It has dropped its wholesale references to citizen journalism and now prefers to use ‘public participation journalism’. This is in acknowledgement that, in reality, it is engaging in a very different form of news gathering exercise – that of ‘crowdsourcing’. To help make this distinction clear, I have provided two definitions below that capture two ends of the ‘citizen journalism’ spectrum.

‘Open Source’ news or ‘Bottom-up’ news aims to be genuinely participatory. Sites such as Oh My News (Korea), Wiki News or the Global Indymedia News Network come the closest to this ideal whereby anyone can potentially contribute a news story and see it appear instantly in the pool of stories publicly available. Ideally, readers can see editorial decisions being made by others. They can see how to get involved and help create content. If they can think of a better way for the software to help shape that process, they can copy the software because it is free and change it and start their own site. If they want to redistribute the news, they can, preferably on an open publishing site.

‘Crowdsourcing’ is a neologism for a business model that depends on work being done outside the traditional company walls: crowdsourcing relies on a combination of volunteers and low-paid amateurs who use their spare time to create content, solve problems, or even do corporate R&D. The term was coined by Wired magazine writer Jeff Howe and editor Mark Robinson in June 2006. Crowdsourcing presumes that a large number of enthusiasts can outperform a small group of experienced professionals. In this new model of collaboration the results of the global efforts returns only in the organisation which leads the project. (Wikipedia) A good example of crowdsourcing is what Horrocks terms, ‘the accidental journalist’. This covers the thousands of images sent by the public to the newsroom capturing fires, natural disasters and news worthy events of all descrip-

tions. For instance, the London Underground pictures of July 7th, The Asian Tsunami, The Virginia Tech shootings and the images from 9:11.

Who is allowed a voice on the BBC?

The comments actively solicited by the BBC under the umbrella of ‘public participation journalism’ have the potential to introduce fresh voices into the national discourse. Yet BBC journalism is hidebound by its cultural heritage, its operating practices and also, as the preceding quotes attest, by its audience. The organisation values its traditional practices and its ability to adhere to a firmly established set of editorial standards. The values of egalitarianism and subjectivity compete with control, filtering and impartiality. Incorporating citizen voices within a regulated commitment to impartiality is proving a challenge.

In the world of conventional news there exists a core consensus about who has the right to speak and who can be trusted to speak. Conservative journalistic forms employ narrative structures characterized by a ‘canon of unity’ a singular author exerting an authoritative voice, a fixed order of events, and a developed story line (Joyce 1995; Landow 1997; Murray 1997; Bolter 1999). But now, the reporter’s privilege is under attack because the rise of bloggers and citizen journalists renders it difficult to define who counts as a reporter entitled to invoke this privilege.

Horrocks acknowledged this in his speech, caught in a quandary where he remains afraid to gate-keep but just as nervous about what might happen if the gates were allowed to open. On the one hand he pushes the notion of radical impartiality, where the BBC is allowed to host variant voices.

I have argued previously that the traditional model – safe, middle of the road, balancing neutrality – is now outdated and that we need to embrace the idea of ‘radical impartiality’, that is of a much broader range of views than before. (Horrocks 2008)

This is the reason Horrocks gave for not turning off the ‘Have Your Say’ feature after Bhutto’s assassination. Yet, this competes irreconcilably with the Corporation’s need to control the input flow as it receives an average of 10,000 emails or posts in a day to its ‘Have Your Say’ site alone and this rises substantially on a big news day.

Rather than playing the numbers game to drive our agenda I instead encourage our teams to look for thoughtful and surprising views and opinions ... simply orienting ourselves to the wealth of audience input is never going to

be as straightforward as the propagandists of citizen journalism suggest.... We need to be able to extract real editorial value from such contributions more easily. We are exploring and many technological solutions as we can for filtering the content, looking for intelligent software that can help journalists find the nuggets. (Horrocks 2008)

The position that Horrocks had adopted positively aligns the BBC News ethos with the definition of crowdsourcing. Essentially he is using technology to harvest a new and 'rich' source of news – the public. The voices are thus subsumed into the normative practices of the BBC Newsroom and staff are groomed to package these voices in the most acceptable manner, through what Horrocks (2008) calls 'an expert journalistic prism'. The aim is to do this with the upmost efficiency. Sorting the 'wheat from the chaff' is an expensive and time consuming business.

Bean counting

Overall, the message that the BBC is transmitting is that they like email correspondence because they enjoy counting the numbers as a quantitative exercise even though they find it extremely difficult to manage the numbers qualitatively.

You know you've touched a nerve when after 15 minutes you have 50 emails in the inbox....After the Danish Cartoon story, we had as many as 1900. (Taylor 2007)

This is a politically opportune strategy as long as the BBC can get it right. It does raise the question of what happens to all those contributions that never get an airing. Many voices inevitably fall into a large black hole, and if this happens too frequently, it may not be long before contributors turn away, recognising that the apparent two-way conversation is actually only one-way and the return path is too limited to make the conversation valid. The challenge the BBC faces in the short to medium term is how to manage this relationship effectively without alienating its millions of on-line and text contributors.

Indymedia

The alternative to the more opportunistic crowdsourcing model, and at the other end of the citizen journalism spectrum, is open-source journalism. This encompasses radical, fragmented, pluralistic forms where readers, listeners and viewers are seen more as collaborators than consumers. To shed light on this emerging, bottom-up news cultures I have studied one of its chief champions, Indymedia.

Indymedia is self-defined as the largest, open-source, global, public, democratic media news network in existence and has survived almost ten years with 150 international sites.

Whilst this radical news organisation does represent one of the best models of open-source journalism, whereby anyone can potentially contribute a news story and see it appear instantly in the pool of stories publicly available, Indymedia also grapples with difficult editorial dilemmas not dissimilar from the BBC's.

Jones and Martin (2007) state that what ideally defines Indymedia's relationship with its users is its decentralised organisational structure, aimed at empowering individuals through the interactive nature of open publishing. However practical restraints mean that, even at Indymedia, there are significant limits to its open-access editorial policy.

Whitney (2005) states, that when everyone is empowered to have their say in an unrestrained and anonymous environment, the output is potentially chaotic. A lack of accountability produces opinion-based content and 'fact checking is often met with cries of censorship' (ibid.). In addition, the content is often badly written and presented, lacking basic journalistic skills.

Indymedia struggles to come to terms with filtering the myriad of voices, especially since there are those who would take advantage of open source publishing to spread hate and extreme views.

The technological and philosophical base underpinning open-publishing systems such as Indymedia simultaneously promotes both inclusivity and exclusivity. While initially encouraging free, ubiquitous, horizontal interactions it also triggers an equal and opposite limiting reaction imposed through the necessity of coherent, legal publishing.

So, even in the most radically reengineered news environment it is impossible to ignore the need for back room censors to hide posts that are illegal, badly written or somehow inappropriate. Very much like mainstream news providers, Indymedia is also forced to gate-keep. Yet, the editorial processes involved in hiding posts are often far from transparent leading to heated arguments about the validity of those acting as gate-keepers.

Among several disputes posted between 2004–05 on the Indymedia UK process pages, the following case is symptomatic of the problems it faces. An article appeared, and was immediately 'cleaned' contravening its rigid advertising policy

because it mentioned where readers might purchase a particular book that exposed a ‘right wing conspiracy.’ The censored individual wrote:

So who hid it? The BNP, The World Bank, NATO...or was it Mr. Smith’s mate that hid it—another anonymous player of ‘pass the password’.... lying/ditching editorial guidelines to cover his tracks. (Jones & Martin 2007: 18)

Thus, it’s naïve to idealize alternative media as ‘free spaces,’ mysteriously liberated from the everyday, structural considerations of the practice of journalism. Old gate-keepers are replaced by new gate-keepers. Worse still, the new hierarchies of power that emerge may be invisible and as such unaccountable.

Delivering to the stakeholder

Both Indymedia and the BBC are faced with similar problems. They have to match stakeholder expectations with what they can properly deliver. In Indymedia’s case it is selling an ideologically based, free space with equality of access and minimal gate-keeping. It can not easily live up to this ideal and is struggling to rationalise the need to filter with the promise of ubiquitous and free flowing communication. The BBC on the other hand celebrates participation and heavily promotes audience-based journalism, but in very restrictive corporate terms. Both organisations need their prod-users and neither can risk alienating these crucial stakeholders.

The BBC believes that only 1 % of its audience participate as active bottom-up contributors and even fewer do so regularly. This is the rationale they use for being highly selective in the handling of this material.

We need to be aware that the bulk of the people who pay the licence fee are always likely to be non-participative so our activities in handling audience content and harvesting the best material from the web must generate editorial value for the non-participators as well as the participants. (Horrocks 2008)

Hence, selectivity becomes the principal operational definition of crowdsourcing as opposed to open sourcing. Since the BBC’s very existence is predicated on accuracy and impartiality, the challenge is to reconcile truth and accuracy while simultaneously courting the polyvocal, fragmented universe the internet facilitates.

Whereas, Indymedia actively embraces this polyvocal discourse as it recognises that a significant proportion of its users are active, and it relies on their unpaid labour to survive. In Platon and Deuze (2003: 345) an unnamed Indymedia senior staff journalist was cited:

The main advantage of open publishing is you get direct accounts. They do not have to be true per se. This is a little bit beside the point. I believe it is the truthfulness of the person saying it that matters. It is the very image of that person, reporting what he/she really believes. And that strikes some chord inside most people.

The ‘truthfulness’ of the account is paramount to the BBC and subsequently its systems must remain tightly filtered and closed. As the moderation of professionals is lost, so the argument goes, so is technical quality, dramatic content, intellectual stimulus and cultural significance. The instinct is for news makers to take control of the UGC and redefine it in their own terms.

A new but trivial toy box

The problem I hinted at earlier was that the BBC is still unsure of how to manage the sifting process while simultaneously harvesting the potential of the crowd and promoting a sense of community involvement. From time to time, it tries new experiments. Like a new toy in the toy box, UGC is exciting to play with.

Jeff Jarvis, an associate professor and director of the interactive journalism program at the City University of New York’s new Graduate School of Journalism, was recently speaking at a blogging conference where he enthused about the idea that news organisations should be commissioned or assigned by their audience to go report on stories.

As it happened, Peter Barron, from Newsnight (the BBC’s flagship nightly current affairs programme) was in the audience and was quite taken with this idea. Jarvis (2007) reported on the session in his daily blog. The Newsnight blog that afternoon ran:

You can tell our editor’s just returned from a blogging conference. Fresh faced and with fists clenched, he’s pushing another Newsnight experiment in audience participation. It’s quite simple – opening up the Newsnight running order to the people who watch us. (Jarvis 2007)

And so for the next three mornings; Newsnight’s daily output editor shared with users their morning email to the production team outlining the potential running

order for that night's programme. A comment to the blog post on Wednesday highlighted how the running order changed that night to include a story about lifestyle/cancer risk.

We won't always be able to oblige, tomorrow for example we have a long film from Mark Urban in Pakistan whether you like it or not, but there's no doubt that what you tell us will help us form our thoughts. If you'd rather leave it to us that's fine, if you're worried that what others say is unrepresentative get on here and lobby for what you'd like to see us do. (Jarvis 2007)

After the first few nights, the experiment petered out. Again, similar to the aftermath of the Bhutto assassination, the door was thrown open, but the results were unsatisfactory. News agendas according to hits, as the BBC's flagship *Newsnight* discovered, is an untenable practice.

Another experiment involved a broadcast on Radio 4, the BBC's premiere radio news service. The makers of its early evening news and current affairs programme 'PM' decided in November 2007 to expand its Saturday offering with 'iPM' a new brand designed to actively encourage its listeners to contribute ideas for stories.

What's iPM?

iPM is a weekly programme as well as a podcast. The "i" stands for interactive and "i" as in something personal. You can discuss ideas with the production team on this blog and during the course of the week you can view and comment on stories that are being lined up for Saturday's programme.

iPM is an experiment. It'll take advantage of the huge number of conversations and sources that take place every minute of every day. Our intention is to distil the very best and produce the type of programme that you'll find interesting and engaging. (BBC 2007b)

I analysed the first few broadcasts to see what might distinguish this new UGC news show. The first week featured two main items: 'Motor Scooters' and 'Painting Voices'. These items had a slightly eccentric or absurd feel, as if they were the post script to the real news. They were essentially entertainment based. They had a personal and dramatic quality intentionally heightening their appeal.

'Mr. Blog' was then introduced. He only had a first name – Chris. Chris had a light and bubbly personality as he recounted the week's blogging highlights. By depriving him of a surname, his status was lowered, it was as if he was afforded a different rank from his more serious colleagues who deliver the 'real' news. This is becoming typical of the way UGC is packaged. Output connected with the pub-

lic is often reduced to sub-news with a strong tendency to report in only trivial contexts. Essentially, this experiment in UGC became an inert public space, a sterile sphere which squandered an interesting opportunity.

A question of legitimacy

The trend to harvest UGC at the BBC effectively encourages thousands of voices to all speak up at once, a narrow filter is subsequently applied so only a very few voices get through. As time goes by the filter becomes more powerful and more sophisticated and the stories are sifted from a wider and more diverse range of speakers – but filtered none the less.

It certainly doesn't change the basic gate-keeping structure at the heart of all BBC news operations. It simply makes it more challenging for the production team to apply the filter successfully in the full glare of publicity. It appears that, at least for now, the BBC is simply carrying its old forms and processes into the new world of interactivity.

Chris Anderson (the journalist who coined the term journalism's long-tail and who now edits *Wired* magazine) is slightly more honest about how crowd-sourcing has really changed the news editorial process.

The old form of being a tastemaker, and a filter and an editor and a gate-keeper is that you had to guess at what people wanted. Every month you would guess, and I'm hired for my taste and judgement and experience, because people think I can guess better than somebody else. The internet is a fantastic information-gathering exercise and it does make my job easier now the guesswork is gone. (Anderson 2005)

This acknowledges that the role of news editor hasn't changed significantly. It's always been about negotiating the relationship between news and audiences, but now editors have more tools in their armoury to do just this.

Luoma-aho (2007) states that the BBC has to balance two potentially oppositional stands: legitimacy and credibility. Legitimacy it gains from involvement of the stake-holders (the licence paying public) and credibility from its investment in traditional working practices. Public Relations scholars have studied this critical stake-holder relationship and suggest that to succeed it needs careful management with, 'a shared culture, shared norms and expectations as well as suitable and transparent practices' (Luoma-aho 2007). Weber (1994) writes that this dynamic is in constant flux and studies have shown that the appearance of legitimacy may

be more important than legitimacy itself. The BBC must cautiously manage its UGC relations to try to balance these conflicting ideals and I would argue that its courtship of ‘citizen journalism’ has on the surface at least been very effective, although the proof of this will reside in its ability to lure back the ‘lost’ audience it vitally needs to sustain its legitimacy. (Luoma-aho 2007 cit. Weber 1994)

Conclusion

The BBC is preparing itself for an age of participatory journalism, but how far is it really willing or able to go? It is dependent on public trust which up until recently has been built top-down through authority and credibility disseminated through a strong corporate ethos of impartiality. But, trust and audiences are both diminishing (Horrocks 2006; BBC 2007a) and there are murmurings that trust in a networked world is only enhanced through bottom-up routines. What may be wrong, is not the principle of democratised news, but that the explosion has happened too quickly and the implementation is too crude. Our news culture has not had time to adapt properly. Both traditional audiences and traditional news producers are still uncomfortable with the notion of bottom-up news. What we have now is a slight softening of the walls, a gradual disintegration of the barriers and gates, making the boundaries more porous.

In 2003, The American Press Institute asked its principal gurus of participatory journalism from academia and industry to report on the phenomenon of participatory news media. The report laid out a number of essential transformative steps that all corporate news providers should consider to adapt to what the authors see as the unstoppable force of bottom-up news.

The last and perhaps most important step for a media company to take, is to relinquish control. News media are geared to own a story. They shape it, package it and sell it. But that mindset might make organisations blind to the larger opportunity. (Bowman 2003: 60)

Bowman (2003: 53) states that the opportunities the authors evangelise are predicated on an open news platform that supports social interaction around the stories created. They argue that in a networked world, the primary value of media lies in its ability to connect people. Bowman (2003: 59) states that news rooms need to be empowered to grow communities of interest online and, ‘as the value of their communities grows so will it enhance the value of the media organisation.’

We are reminded that the ‘internet-aware’, younger generation may not be so tolerant of media that is one-way. They are uniquely habituated into communication routines that demand an interactive, two-way traffic flow.

It is significant that the BBC has recently chosen to invest a considerable amount of time and money in its local news services. It now maintains 60 local sites across the UK devoted to delivering on-demand news and these are well placed to become community networks that reach beyond the opportunistic nature of crowdsourcing.

ITV Local is also investing heavily in its local web news services. Waddington (2008) – Channel Manager for ITV Local in Yorkshire, reported at a conference in early 2008 that, ‘we can no longer carry the old forms into the new world’. He was particularly conscious of the problem around the definitions of ‘quality’ and how these definitions must change for news producers to accept community involvement. (Ibid.) The local level is where much of the genuine experimentation in participatory media will take place. It is here that content producers are closest to their audiences and where rules can be broken without attracting too much attention. These initiatives have been defined as ‘hyper-local or microsite and are typically, devoted to stories and minutiae of a particular neighbourhood, ZIP code or interest group within a certain geographic area.’ (Picone 2007: 102)

As corporate news invests in these small public sphericules where conceptualisations of news quality and impartiality are being reworked, the culture of these large organisations may be allowed to change from the bottom-up eliminating attitudes that are over cautious and conformist.

The BBC in particular is uniquely placed to deliver the Habermassian vision of deliberative democracy and this is fundamental to its continued survival as a public institution. Yet, in a commercial environment, interactivity is inevitably artificially grafted onto commercial media products. It will be a brave BBC editor who can cope with truly altering the relationship between authors and readers. This kind of re-conceptualisation of roles in the newsroom currently remains untenable and, for now at least, the nickname ‘Auntie Beeb’ is still fitting.

References

Anderson, C. (2005). *The Long Tail. Pre-filters vs. Post Filters retrieved*. [Cited: 1.10.2007]. Available: http://longtail.typepad.com/the_long_tail/2005/07/prefiltering_vs.html.

- BBC (2006). *Creative Future*. [Cited: 30.6.07]. Available: http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2006/04_april/25/creative.shtml.
- BBC (2007a). *World Service. Global Report into the perceptions of Media Freedom*. [Cited: 10.12.07]. Available: http://news.bbc.co.uk/1/shared/bsp/hi/pdfs/10_12_07_worldservicepoll.pdf.
- BBC (2007b). *What's iPM?* [Cited: 12.1.2008]. Available: http://www.bbc.co.uk/blogs/ipm/2007/10/whats_ipm_1.shtml.
- Bolter, J. D. & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Bowman, S. & Willis, C. (2003). *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*. Reston: The American Press Institute.
- Carey, J. W. (2005). Historical pragmatism and the Internet. *New Media & Society* 7, 4, 443–455.
- Coleman, S. (2005). New Mediation and direct representation: reconceptualising representation in a digital age. *New Media and Society* 7, 2, 177–198.
- Hermida A. & Thurman, N. (2008). A clash of cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites. *Journalism Practice* 2, 3.
- Horrocks, P. (2006). *The Future of News*. [Cited: 12.12.2006]. Available: http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2006/11/the_future_of_news.html.
- Horrocks, P. (2007). *Multimedia News*. [Cited: 14.11.2007]. Available: http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2007/11/multimedia_news.html.
- Horrocks, P. (2008). *The Value of Citizen Journalism*. [Cited: 9.1.2008]. Available: http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2008/01/value_of_citizen_journalism.html.
- Jarvis, J. (2007). *BuzzMachine*. [Cited: 1.3.2008]. Available: <http://www.buzz-machine.com/2007/11/02/you-assign-the-journalists/>.
- Jones, J. & Martin, R. (2008). Crypto Hierarchy and its Discontents in Making Our Media. (In: *Making Our Media: Global Initiatives Toward a Democratic Public Sphere*. Eds. Laura Stein, Clemencia Rodriguez & Dorothy Kidd. Cres-

skill, NJ: Hampton Press). Available: <http://docs.indymedia.org/view/Global/ImcEssay> Collection.

Joyce, M. (1995). *Of two minds: Hypertext pedagogy and poetics*. Ann Arbor: University of Michigan.

Landow, G. P. (1997). *Hypertext 2.0*. Baltimore: Johns Hopkins University.

Lilley, A. (2007). Blueprint for the PSP. *Television 2*.

Luoma-aho, V. (2007). Making stakeholders, gaining legitimacy. Paper at the National Conference of Communication Studies, 1.12.2007, University of Vaasa.

Murray, J. (1997). *Hamlet on the holodeck: The future of narrative in cyberspace*. New York: Free Press.

Picone, I. (2007). Conceptualising Online News Use. *Observatorio Journal* 1, 3, 93–114.

Platon, S. & Deuze, M. (2003). Indymedia Journalism: A Radical Way of Making, Selecting and Sharing news? *Journalism* 4, 3, 336–55.

Project for Excellence in Journalism (2007). *The State of the News Media: An Annual Report on American Journalism*. [Cited: 1.12.2007]. Available: <http://www.stateofthenewsmedia.com/2007/aboutthestudy>.

Readership Institute (2000). *Culture Report: A Profile of the Impact Newspapers and Their Departments*. [Cited: 1.3.2008]. Available: http://www.readership.org/culture_management/culture/data/final_culture_report.pdf.

Singer, J. B. (1998). *Online Journalists: Foundations for Research into Their Changing Roles*. [Cited 1.3.2008]. Available: <http://jcmc.indiana.edu/vol4/issue1/singer.html>.

Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. New York: Morrow.

Taylor, V. (2007). BBC's Head of Interactive News. Notes from Citizen Journalism Conference, 26.1.2007, Media Sills.

Waddington, M. (2008). Broadcast News and The Active Citizen. Paper from Conference, 7.1.2008, University of Leeds.

Weber, M. (1994). *Political writings*. Cambridge: Cambridge University Press.

Williams, W. S. (1998). The blurring of the line between advertising and journalism in the on-line environment. (In: *The electronic grapevine: Rumor, reputation, and reporting in the new on-line environment*. Eds. Diane L. Borden & Kerric Harvey. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. 31–41).

Williams, L. (2007). *Frontiers of Innovation in Community Engagement: New Organisations Forge New Relationships with Communities*. [Cited: 1.3.2007]. Available: <http://citmedia.org/reports/newscommunities.pdf>.

Whitney, J. (2005). *What's the matter with Indymedia?* [Cited: 1.12.2007]. Available: <http://www.alternet.org/module>.

2 INFORMAATIOTUTKIMUS

Isto Huvila

Entä informaatiokirjoitustaito?

Even though information literacy implicitly comprises an idea of a complete participation in an information community, the typical definitions of information literacy have tended to underline seeking, searching, locating, receiving and evaluation instead of information creation. Wilder (2005) has criticised the concept information literacy for emphasising the problems of searching instead of *finding* relevant information. The problematising of information seeking places emphasis on the difficulty of searching and the complexity of required skills. A more sensible approach would be to facilitate information use rather than to teach searching using complicated tools. All information sought by human-beings is mostly produced by their fellow humans. Therefore an approach to decrease complexity of information searching could be to educate people to create more searchable and usable information. This article discusses information creation as a part of the concept information literacy. Besides technical problems, information creation education is inevitably faced by the complexities of social and cultural dimensions of information and information production.

Avainsanat: informaatiolukutaito, tiedon luominen, informaatiokirjoitustaito

1 Johdanto

Kansainvälisten informaatiolukutaidon osaamistavoitteiden (Information Literacy Competency Standards for Higher Education 2000; Association of College and Research Libraries 2001) määritelmän mukaan informaatiolukutaito ”tarkoittaa kykyä tunnistaa tiedontarve, hakea ja paikantaa tietoa, sekä löydetyn tiedon kriittistä ja eettistä arviointia ja käyttöä.” (Association of College and Research Libraries 2001: 2) Vaikka informaatiolukutaidon voi katsoa sisältävän ajatuksen kokonaisvaltaisesta informaatioyhteisöön (vrt. kieliyhteisö) liittymisestä, joka sisältää lukemisen lisäksi määritelmässäkin mainitun tiedon *käyttämisen*, on sekä määritelmässä että tutkimuksissa korostettu nimenomaan informaation hakemista, pai-

kantamista, vastaanottamista ja arvioimista (ks. esim. Rader 2002). Marcum kritisoi informaatiolukutaito-käsitteen kapeutta ja esittää sen laajentamista oppimisen ja laajemman sosioteknisen kompetenssin suuntaan (Marcum 2002). Wilderin (2005) mukaan informaatiolukutaito-käsitteen heikkous on siinä, että käyttäjien mielestä heidän ongelmansa eivät liity niinkään tiedonhakutaitojen puutteellisuuteen, vaan vaikeuteen löytää riittävää ja laadukasta tietoa. Toinen Wilderin esittämä argumentti on, että informaatiolukutaidon korostaminen on omiaan korostamaan informaation käyttämisen monimutkaisuutta, vaikka järkevästi ajatellen olisi viisaampaa ennemmin helpottaa tiedon hakemista ja käyttämistä kuin opettaa suurelle joukolle ihmisiä monimutkaisia taitoja.

Koska sekä informaatiolukutaitoisen että -lukutaidottoman ihmisen hakema tieto on pääosin ihmisten tuottamaa, yksi tapa vähentää monimutkaisuutta on vähentää tiedon ja erityisesti sen ilmentymien monimutkaisuutta. Näin ollen tiedon hakemisen problematisoimisen lisäksi tiedon käyttämiseen ja erityisesti käyttämisen tuloksena syntyvän tiedon *tuottamiseen* olisikin kiinnitettävä entistä enemmän huomiota myös tiedonhallinnan näkökulmasta. Digitaalisen ja verkottuneen tiedon hakeminen ja käyttäminen vaativat erityisiä taitoja, mutta myös tiedon tuottaminen ja erityisesti toimittaminen sellaiseen muotoon, joka on löydettävää ja käytettävää, vaatii yhtä lailla opiskelua. Ihannetapauksessa, jossa jokainen tiedontuottaja (nykymaailmassa me kaikki) olisi asiantunteva informaation kirjoittaja, ei informaation lukeminen olisi ongelma kuin erityistilanteissa. Tässä artikkelissa hahmotellaan, mitä informaatiokirjoitustaito tarkoittaa, miksi siitä voisi olla syytä puhua informaatiolukutaidon rinnalla ja mitä käytännöllistä hyötyä informaatiokirjoitustaidon opettamisesta ja hallitsemisesta voisi olla informaatioalan asiantuntijoille ja tavallisille ihmisille.

2 Informaatiolukutaito

Informaatiolukutaidon (engl. *information literacy*, *information competence*, ruots. *informationskompetens*, *informationsbemästring*) käsitteelle on olemassa kuta-kuinkin yhtä monta määrittelyä kuin määrittelijöitä. Kuten Mutch on huomauttanut kriittisesti, merkittävä osa informaatiolukutaitokeskustelusta onkin keskittynyt itse käsitteeseen sen käytännöllisen merkityksen sijaan (Mutch 1997). Oletettavasti viitatuin määrittely lienee jo tämän artikkelin alussa mainittu ja suomenkielisenä käännöksenä esitetty ALA:n Information Literacy Competency Standards for Higher Education (2000) -standardin määritelmä. Jonkinlainen intuitiivinen konsensus siitä, että käsite liittyy informaation omaksumis- ja hyödyntämistaitoon ja -kykyyn, on olemassa, mutta tämän tiedon tai taidon tarkempi merkitys ja raja-

ukset vaihtelevat siinä määrin, että Snavelyn ja Cooperin (1997) toivomus mahdollisimman suuresta selkeydestä on edelleen aivan yhtä ajankohtainen kuin kymmenen vuotta sitten.

Bruce määrittelee informaatiolukutaidon seitsemän pintaa, jotka ovat 1) IT-kokemus, 2) informaatiolähdekokemus, 3) informaatioprosessikokemus, 4) informaatiokontrollikokemus 5) tietämyksen rakentamiskokemus, 6) tietämyksen laajentamiskokemus ja 7) viisaukokemus (Bruce 1997: 110–116). Eisenbergin ja Berkowitzin Big Six Skills -menetelmä (Eisenberg & Berkowitz 1990) ja monet muut määritelmät perustuvat samantyyppiseen prosessimallin (ks. Webber & Johnston 2000). Prosessimallit esittävät selkeästi abstraktin lineaarisen käsityksen siitä, miten informaatio kulkeutuu luettavasta lähteestä lukijan ymmärrykseen. Kuten jo aiemmin informaatiokäyttäytymistä kuvaavien prosessimallien kritiikissä, on myös informaatiolukutaidon prosessimalleissa ongelmana se, että informaation lukeminen on sosiaalista ja kontekstuaalista (Hyldegård 2006) ja vain harvoin lineaarista (Foster 2006).

3 Tiedon tuottaminen

Tiedon tuottamista on tutkittu informaatiotieteiden piirissä verrattain vähän. Informaatiotieteellisen mielenkiinnon vähyys on silmiinpistävä, koska tiedon tuottaminen on kuitenkin ainakin periaatteessa mielletty olennaiseksi informaatiotieteelliseksi teemaksi (Ashford 1997; Huotari, Hurme & Valkonen 2005). Kuten Trace toteaa, on tiedon hankkimiseen, organisointiin ja käyttöön (viimeksi mainitukin melko uutena aluevaltauksena) keskittynyt tutkimus unohtanut tiedon tuottamiseen liittyvät kysymykset (Trace 2007). Vaikka 'information literacy' ja samantyyppiset koko informaation käytön ja tuotannon huomioivat käsitteet voivatkin potentiaalisesti auttaa myös tiedon tuottamisen teorian ja käytännön ymmärtämistä, on keskustelu liikkunut suurelta osin käsitteenmäärittelyn tasolla, kuten Mutch (1997) huomautti jo vuosikymmen sitten.

4 Informaatiokirjoitustaito

Yhteistä informaatiolukutaitomalleille on, että ne kattavat prosessin, joka alkaa tiedontarpeen tai tehtävän tiedostamisesta informaation käyttöön ja integroimiseen omaan tietämysmaailmaan. Informaatiolukutaito ei ota tyypillisesti kantaa siihen, miten tämä tietämys muutetaan informaatioksi, jotta prosessi voi käynnistyä uudelleen (esim. Bruce 1997). Perinteisessä mielessä on toki mahdollista aja-

tella, että tämä prosessi on (suppeammin ymmärrettynä) viestintätieteellinen kysymys, joka on informaatiotieteiden kentän ulkopuolella. Informaatiolukutaidon itsensä, informaation hallinnan ja tiedonorganisoinnin kannalta tämä prosessin vaihe on kuitenkin varsin keskeinen. Tietojärjestelmäsuunnittelu, tiedonkuvailu, luokittelu, indeksointi tai organisointi voi olla katsantokannasta riippuen tiedon järjestämistä, tuottamista tai viestintää, mutta kyseisten prosessien tavoite on kaikesta huolimatta *tuottaa* sellaista informaatiota ja metainformaatiota, joka on informaatiolukutaitoisien lukijakunnan saatavilla. Tässä valossa Ilkka Mäkisen suosittama käsite informaatiolukutaito (Mäkinen 2007) on mielenkiintoinen ja informaatiolukutaitoa käyttökelpoisempi. Nykytilanteessa, jossa tuottamisnäkökulma on jäänyt selvästi vähemmälle huomiolle, yleisemmän lukitaidon sijaan on perusteltua argumentoida myös informaatiokirjoitustaidon puolesta ja pohtia sen nimenomaista merkitystä lukitaidolle, informaation tuottajille, informaatiotieteelle ja informaatioammateille.

Informaatiotutkimukseen liittyvä yleinen perusolettamus on, että tieto on sitä mitä se sattuu milloinkin olemaan. Jo informaation ja tiedon laajat ja kaikenkattavat määritelmät, joihin informaatiotieteissä peruskurssitasolta lähtien viitataan osoitavat selvästi tähän suuntaan (esim. Vakkari 2003). Tutkimuksen keskeisiä tavoitteita on ymmärtää, miten ihmiset tämän tiedon kanssa tulevat toimeen ja miten olennaisen tiedon löytymistä on mahdollista helpottaa esimerkiksi kehittämällä tiedonorganisointi- ja metatietojärjestelmiä ja tiedonhakumenetelmiä. Eräs metadataprojektien opetuksista on se, että vain informaatioalan ammattilainen kuvailee oman verkkosivunsa käyttäen Dublin Corea (Lawrence & Giles 1999). Varsin moni sen sijaan nykyään kuvailee ns. tägeillä valokuviaan Flickrissä, linkkejään Del.icio.usissa ja videoita YouTubeessa puhumattakaan omasta itsestään Facebookissa (Macgregor & McCulloch 2006). Kyse ei siis ole siitä, että tavalliset ihmiset olisivat kykenemättömiä tuottamaan metatietoa, joka helpottaa tiedon löytymistä ja tuottaa lisäarvoa sekä tiedon tuottajalle että käyttäjälle. Kyse ei liene myöskään siitä, että tavallisille ihmisille ei voisi opettaa muutamia perusasioita esimerkiksi dokumenttien rakenteistamisesta tai muista menetelmistä, jolla tiedon löydettävyyttä ja käytettävyyttä on mahdollista parantaa huomattavasti suhteellisen pienellä työllä. Kyse on vain siitä miten, miten nopeasti ja millaista informaatio- tai metainformaatiokirjoitustaitoa yritetään opettaa.

5 Miten informaatiokirjoitustaitoa voi opettaa?

Nykyinen lineaarisuuteen perustuva informaatiokirjoitustaidon paradigma on ollut vallalla kirjoitustaidon keksimisestä lähtien. Tekniset edistysaskeleet ovat liitty-

neet pääosin siihen, että eri aikoina on kehitetty uudentyyppisiä apuvälineitä juoksevan tekstin hallintaan alkaen papyrusrullista ja koodeksista. Nykyisen digitaalisuuden mahdollistama epälineaarisuus antaisi kuitenkin mahdollisuuden täysin uudentyyppiseen hypermediaaliseen tiedon tuottamiseen ja informaation rakenteen järjestämiseen tavoilla, joka ei ole ollut aikaisemmin käytännössä mahdollista (Weinberger 2007: 177). Juuri kukaan ei silti kirjoita epälineaarista hypertekstiä.

Informaatiokirjoitustaidon opettaminen edellyttää kuitenkin tiedon tuottamisen ja sen merkitysten ymmärtämistä. Tiedon tuottajien ja käyttäjien erilaiset kontekstit vaikeuttavat ymmärtämistä, mutta jos tiedon tuottamisen motiivi olisi vain mahdollisimman asiantuntevan, ymmärrettävän ja saavutettavan tiedon tuottamisessa, nykyistä ongelmaa tuskin olisi. Tiedolla ja informaatio-objekteilla on myös muita funktioita ja merkityksiä kuin eksplisiittinen tieto ja sen välittäminen.

Lähteet

Ashford, J. (1997). An information-space model for the development and application of computer-based tools in information creation and dissemination. *JDOC* 53, 4, 351–373.

Association of College and Research Libraries (2001). *Informaatiolukutaidon osaamistavoitteet yliopisto- ja korkeakouluopetuksessa*. Helsinki: Helsingin yliopiston Opiskelijakirjasto.

Bruce, C. (1997). *The Seven Faces of Information Literacy*. Blackwood: Auslib Press.

Eisenberg, M. & Berkowitz, R. (1990). *Information Problem-solving: The Big Six Skills Approach to Library & Information Skills Instruction*. New Jersey: Ablex Publishing.

Foster, A. (2006). A non-linear perspective on information seeking. (Teoksessa: *New Directions in Human Information Behavior*. Toim. Amanda Spink & Charles Cole. Nordrecht: Springer. 155–170).

Huotari, M.-L., Hurme, P. & Valkonen, T. (2005). *Viestinnästä tietoon: Tiedon luominen tietoyhteisössä*. Helsinki: WSOY.

- Hyldegård, J. (2006). Collaborative information behaviour: exploring Kuhlthau's information search process model in a group-based educational setting. *IPM* 42, 1, 276–298.
- Lawrence, S. & Giles, C. L. (1999). Accessibility of information on the web. *Nature* 400, 107–109.
- Macgregor, G. & McCulloch, E. (2006). Collaborative Tagging as a Knowledge Organisation and Resource Discovery Tool. *Library Review* 55, 5, 291–300.
- Marcum, J. (2002). Rethinking information literacy. *Library Quarterly* 72, 1, 1–26.
- Mutch, A. (1997). Information literacy: An exploration. *International Journal of Information Management* 17, 5, 377–386.
- Mäkinen, I. (2007). Kirjoitustaidon leviämisen herättämiä epäluuloja 1800-luvun suomessa. *Historiallinen aikakauskirja* 105, 4, 402–419.
- Rader, H. B. (2002). *Information literacy - an emerging global priority*. White paper, UNESCO, the U.S. NCLIS, NFIL.
- Snavely, L. & Cooper, N. (1997). The information literacy debate. *J Acad Librar* 23, 1, 9–14.
- Trace, C. B. (2007). Information creation and the notion of membership. *JDOC* 63, 1, 142–164.
- Vakkari, P. (2003). Informationsförsörjningen och informationsvetenskapen. (Teoksessa: *Introduktion till informationsvetenskapen*. Toim. Ilkka Mäkinen & Katja Sandqvist. Tampere: Tampere University Press. 9–29).
- Webber, S. & Johnston, B. (2000). Conceptions of information literacy: new perspectives and implications. *Journal of Information Science* 26, 381–397.
- Weinberger, D. (2007). *Everything is miscellaneous*. New York: Times Books.
- Wilder, S. (2005). Information Literacy Makes All the Wrong Assumptions. *Chronicle of Higher Education* 51, B13.

Jouko Raivio & Jarmo Saarti

Koneen kanssa viestiminen: esimerkkinä kirjaston näyttöluettelon lukeminen

This paper presents a reading of the user interface in one public library system. Its aim is to find out the frames and competences required and used in the communication between the computer and the patron. The authors see the computer as a text that is to be read by the user who wants to search for information from the library. The transition from the traditional library to the digital library has meant that the communication process has changed radically. It seems that the library systems are planned mainly for the advanced user, i.e. for librarians or individuals with a librarian's skills. Some suggestions on how to improve this situation are given.

Avainsanat: ihminen-konejärjestelmät, kirjastojärjestelmät, käyttöliittymät, viestintä, informaatiolukutaito

1 Johdanto

Informaatiolukutaito kattaa eräänlaisena yleiskäsitteenä useita erilaisia taitoja, jotka liittyvät sekä informaatioteknologiaan että informaation hyödyntämiseen, hallintaan, opiskeluun, oppimiseen ja tuotantoon. Hyvä analyysi lukutaidon (*literacy*) ja taidon (*skills*) käsitteistä ja niiden sovelluksista erityyppisissä mediaympäristöissä löytyy Bawdenin (2001) artikkelista. Lukutaitoa on lisäksi tutkittu ja sovellettu myös muussa tutkimuserinteessä, sekä humanistisissa että kriittisissä yhteiskuntatieteissä. Seuraavassa pyritään soveltamaan näitä muita lukemisen ja tekstin analyysin tapoja uudentyypisiin teksteihin, joita tässä ovat tiedon tallennus- ja hakuvälineiden käyttöliittymät: tarkemmin sanoen kirjastojen näyttöluettelot.

Tietoteknisessä ympäristössä toimiminen voidaan nähdä koneen ja ihmisen välisenä viestintänä, ei pelkkänä mekaanisena koneen käyttämisenä. Tällöin lähtökohdaksi nousee sosiaalinen lähestymistapa lukutaito (*literacy*) käsitteeseen liittyen. Siinä lukutaito-käsitteellä tarkoitetaan kaikkea yhteiskunnassa tapahtuvaa tekstiin liittyvää toimintaa, olipa se sitten lukemista, kirjoittamista tai puhumista. Kuvaava suomennos kuitenkin puuttuu, koska luku- ja kirjoitustaito liittyvät melko selkeästi ainoastaan kognitiiviseen lähestymistapaan. Pitkänen-Huhdan (1999)

mukaan olisikin parempi puhua tekstiin liittyvästä toiminnasta tai tekstitoiminnasta sekä tekstitutkimuksesta.

Toimijaverkkoteoriassa tietojärjestelmän tyyppiset oliot määritellään artefaktiksi eli ihmisen tekemäksi olioksi, joka korvaa ihmisen toimintaa ja jatkuvasti ottaa itselleen ihmisen paikan ja aseman ja antaa joka kerta palautteen muodossa olevan kuvauksen (*prescription*) siitä, minkälainen käyttäjä sen käyttöön kykenee (Latour 1988: 303). Toimijaverkot koostuvat ihmisistä, teksteistä, käskyistä ja artefakteista (Paalumäki 2004: 25). Teorian lähtökohtana on käsitys, että koneiden ja ihmisten muodostamissa verkostoissa inhimilliset ja ei-inhimilliset toimijat pyrkivät vuorovaikutteisesti kontrolloimaan toisiaan. Latour (1999) ja Callon (1986) käyttävät tästä nimitystä käänös (*translation*). Käänöksissä määrittyvät myös muut verkon toimijat ja käsitys siitä, miten näiden tulisi toimia, jotta verkko pysyisi stabiilina.

Latourin käsitys voidaan tiivistää ilmaisuun *rajapinta* (*interface*). Artefakti tarjoaa käyttäjälleen rajapinnan, jonka ymmärtämällä ja jota käyttämällä käyttäjä saa artefaktin toimimaan. Rajapinta on siis yleisemmän tason käsite kuin käyttöliittymä. Koneen tekstimäisyys ja metaforat ”kone on teksti” ja ”teksti on kone” (Deleuze & Guattari 1983; Derrida 1988; Woolgar 1991; Cooren 1999) käyvät ilmeiseksi, kun ajatellaan tällaisen rajapinnan eräässä tärkeässä mielessä koostuvan nimenomaan erilaisista ja eritasoisista tekstikomponenteista.

2 Tutkimuksen tavoite

Tutkimuksen tavoitteena on lähilukea erästä rajapintaa eli kirjastojen näyttöluetteloa ja sitä, miten ihmisen ja koneen välinen viestintä on mallinnettu tähän rajapintaan. Esitämme samalla erään tulkinnan tämäntyyppisestä tekstistä. Tämä esitys liittyy aikaisempiin kirjastojen viestintäympäristöä analysoiviin tutkimuksiimme (Raivio & Saarti 2004; Raivio & Saarti 2005). Kehitämme tässä erityisesti jälkimmäisessä aloittamaamme analyysiä pidemmälle.

Erityisenä tavoitteena on löytää tästä tekstistä nk. mustat laatikot. ’Blackboxing’ on Latourin (1999: 304) sanastossa termi, joka on peräisin tieteen sosiologiasta. Se viittaa tapoihin, joilla tieteellinen ja tekninen työ tulee näkymättömäksi oman menestyksensä myötä. Kun kone toimii tehokkaasti ja kun tosiasia on asetettu, tarvitsee vain keskittyä input- ja output-toimintoihin eikä koneen sisäiseen kompleksisuuteen. Onkin paradoksaalista, että mitä enemmän tiede ja teknologia menestyvät, sitä sameimmiksi ja kätkeyimmiksi ne tulevat.

Kirjastojen näyttöluettelot (OPAC) muodostavat aivan oman ja harvinaisen elinvoimaisen teknisen kehyksensä. Paitsi että ne kaikki kuuluvat hierarkkisesti ylempään tekstilajiin – luetteloon –, ne noudattavat hyvin johdonmukaisesti historiallisesti vanhoja tekstimalleja ja aineellistuvat hyvin samantyyppisinä kaikissa maailman kirjastoissa. Luetteloiden musta laatikko (*black box*) on myös erittäin muuntautumiskykyinen, joten se pystyy hyvin joustavasti sopeutumaan ajankohdan ja kulttuurin vaatimuksiin. Samalla se todennäköisesti sisällyttää itseensä erilaisten teksti- tai toimintatyyppien mustia laatikoita, jotka viestinnässä muodostavat haasteellisen kohteen ihmiskäyttäjälle ja häneltä vaadittaville kompetensseille.

3 Teorettinen viitekehys

Arminen (2005) jakaa tietokoneen ja ihmisen välisen vuorovaikutuksen kolmeen alueeseen kuvan 1 mukaisesti. Käyttöliittymä muodostaa tässä välittävän rakenteen, jonka näyttöjen avulla toteutetaan viestintä, joka tapahtuu järjestelmän suunnittelijoiden ja käyttäjien välillä. Suunnittelijoiden ja käyttäjien alueet eivät ole suorassa vuorovaikutteisessa suhteessa vaan tietojärjestelmä käy keskustelua näiden molempien kanssa. Ihmisten välisessä keskustelussa osallistujien toisilleen antama palaute ja tulkinta on usein välitöntä. Ihmisen ja koneen välisessä vuorovaikutuksessa ihmisen tulee ottaa myös vastaanottajan rooli eli tulkita – enemmän tai vähemmän tietoisesti –, mitä ”tietokone oikein ajattelee” (vrt. Griffiths, Hartley & Willson (2002), jossa on hyvä esimerkki ääneenpuhumismetodilla kerätyistä käyttäjän tulkinnoista tietokoneen käyttöliittymän toiminnoista).

Käyttäjän alue	Käyttöliittymä	Suunnittelun alue
1. Käyttäjä selailee sisältöjä, paikantaa ja tulkitsee toimintoja	Ensimmäinen näyttö	Ensimmäisten toimintojen luettelo ja sisällöt
2. Käyttäjä tekee valintoja	Käyttäjä tekee toiminnon	Toiminto muuttaa tietojärjestelmän sisäistä tilaa
3. Käyttäjä arvioi toiminnon tulosta	Seuraava näyttö	Seuraavien toimintojen luettelo ja sisällöt
(4. Käyttäjä selailee sisältöjä, paikantaa ja tulkitsee toimintoja seuraavaa toimintoa varten)		

Kuva 1. Ihmisen ja tietokoneen välisen vuorovaikutuksen perusjäsenitys (Arminen 2005)

Greimas mallintaa viestinnän arvo-objektien vaihtoa seuraavasti: manipulaatio (haluaa tehdä/täytyy tehdä) > pätevyys (kykenevä tekemään/tietää kuinka tehdä) > toiminta (tekeminen) > sanktio (toiminnan tunnistus). (Greimas 1987: 79–82, 109–110, 123, 132, 127; kokoava kanoninen malli Greimas'n kertomusskeemasta on teoksessa Cooren 2000: 71).

Keskeistä Greimas'n tulkinnassa on pätevyyden lisääminen viestinnän onnistumiseen ja viestintään yleensä. Koska tietokoneen käyttöliittymä ei ole tietoinen subjekti ja koska siihen on sisällytetty useita erilaista kompetenssia vaativia tekstejä, asettaa tämä sekä koneelle että lukijalle pätevyysvaatimuksia. Seuraavassa tulkitaan niitä kompetenssivaatimuksia, joita kirjaston käyttöliittymä asettaa lukijalleen.

4 Käyttöliittymän vaatimien viestintäkompetenssien analyysi

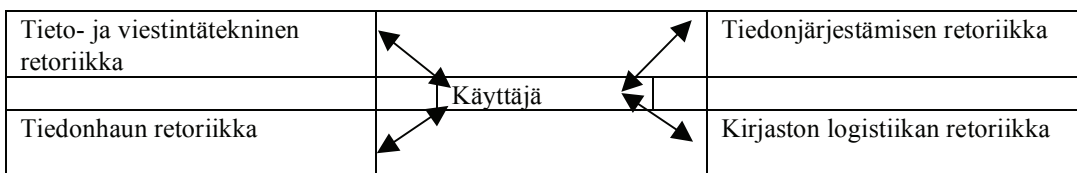
Seuraavassa analysoidaan Aalto-kirjastojen näyttöluetteloa (2007). Ensimmäinen kehys (toimintatyyppi), jonka vaatimat kompetenssit käyttäjän tulee hallita käyttäessään käyttöliittymää, liittyy tietokone- ja internetympäristöön. Nimitettäköön sitä tässä tietotekniikan kehykseksi. Siinä käyttäjältä vaaditaan useanlaatuisten kompetenssien hallintaa: tietokone tulee osata käynnistää ainakin etäkäyttötilanteessa, tietoliikenteen vaatima yhteydenotto tulee hallita, oheislaitteiden käyttö tulee hallita, sovellusohjelma tulee osata avata, hypertekstiyhteyden mukainen linkkien käyttö ja navigointi tulee osata ja lisäksi ymmärtää käyttöliittymän komponenttien toiminta.

Seuraava näyttöluettelossa näyttyvä tekstitys liittyy kirjastokehykseen. Käyttöliittymän valikon tekstissä puhutaan kirjastotermeillä. Esimerkiksi teoksen nimestä käytetään termiä 'nimeke', teoksen sisältöä kuvaaviin termeihin viitataan nimityksellä 'asiasana' ja lisäksi käytetään 'julkaisuvuosi' nimitystä. Käyttäjän tulee tuntea näiden käsitteiden alat ja niiden määrittely, esimerkiksi luettelointi- ja indeksointitermien määrittelyssä.

Kolmannen kehyksen toimijoille tarjoaa molempiin aikaisempiin kiinteästi liittyvä ja niitä jäsentävä tiedon tallennuksen ja haun kehys ja sen käyttämä käsitteistö. Näitä ovat hakukomento 'haetaan' sekä boolean logiikan termit, jotka valitaan joko valintakomennolla ja/tai/ei-komennoista tai joiden valinta kerrotaan kenttien välissä olevalla ja-sanalla. Sen käyttäjä todennäköisesti tunnistaa konjunktiksi, ei hakukomennoksi. Edellinen on klassinen esimerkki toistensa sisälle asetetuista

”mustista laatikoista”, joiden toimintalogiikkaa on mahdotonta ymmärtää ilman syvällistä asiantuntemusta ja joka saattaa asiantuntijallekin tuottaa ongelmia, koska tiedonhaun lopullinen tulos riippuu useiden eri tulkinnallisten ja toiminnallisten tasojen yhteistoiminnasta.

Neljäs kehys liittyy kirjastojen logistiikkaan: siihen miten jokin teoskappale voidaan esimerkiksi varata ja lainata asiakkaalle tai mihin sen voi mennä lukemaan.



Kuva 2. Käyttäjän kohtaamat toimintatyyppit (mustat laatikot) tietojärjestelmässä

Kuvassa 2 esitetään yhteenvetona edellä luetellut käyttäjän kohtaamat toimintatyyppit tietojärjestelmässä. Kukin toimintatyyppi näyttäytyy mustana laatikkona, jonka sisälle on mallinnettu tai malliintunut erilaisia tapoja viestiä ja erilaisia viestintäkulttuureita. Kompetentti käyttäjä pystyy keskustelemaan laatikoiden kanssa – ns. tavallinen käyttäjä tarvitsee toimiakseen joko perehdyttämistä tai sellaisen tietojärjestelmän, jossa viestinnän mallintaminen tehdään tietoisesti niin, että vastaanottajalta ei oleteta erityistä aihealueen kompetenssia.

5 Johtopäätökset

Kirjaston näyttöluettelossa ihmiskäyttäjä liittoutuu tietokoneen kanssa ja muodostaa eräänlaisen hybridin viestijän ja viestintätilanteen, jossa toisaalta tietokone yrittää lukea ja ymmärtää ihmisen viestejä ja päinvastoin. Edellisessä luvussa kuvatut (ks. kuva 2.) retoriikat voidaan myös nähdä lajityyppinä (genreinä), jotka asettavat viestinnän osapuolille kompetenssimalleja, jotka tulee hallita. Kullakin genrellä on omat perinteensä, omat sanastonsa, kielioppinsa ja tapansa viestiä. Nämä näyttäytyvät tieto- ja viestintäteknisessä ympäristössä samanaikaisena useiden viestinnällisten mustien laatikkojen läsnäolona. Jos ajattelee kirjaston tiedonhaku kertomuksena, voikin aiheellisesti kysyä, minkälainen rooli asiakastoimijalle tässä kertomuksessa on muotoiltu: jatkuva häviäjä, satunnainen onnistuja, ikuinen oppija vai tasa-arvoinen keskustelukumppani?

Tavallisen käyttäjän kannalta yksinkertainen järjestelmä näyttäytyy viestinnällisesti käyttökelpoisimpana: siis sellainen järjestelmä, joka osaa tulkita kaikki käyttäjän potentiaalit kysymykset, joka osaa antaa kaikkiin käyttäjän esittämiin kysymyksiin käyttökelpoisen vastauksen ja joka johdattelee keskustelua eteenpäin. Yksinkertainen järjestelmä on usein myös helpompi toteuttaa. Monimutkaista järjestelmää voikin nykyään pitää lähinnä suunnitteluvirheenä. Hedelmällisen jatkotutkimuskohteen tietojärjestelmissä muodostaa niiden nk. affordanssi eli se, miten ne tarjoavat käyttäjilleen tarvittavia viestinnällisiä resursseja sekä se, miten erilaisten toimintatyyppien rajatyö tietojärjestelmissä tapahtuu.

Lähteet

- Arminen, I. (2005). *Institutional Interaction: Studies of Talk at Work*. Ashgate: Burlington.
- Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: a review of concepts. *Journal of Documentation* 57, 2, 218–252.
- Callon, M. (1986). Some elements of sociology of translation: The domestication of the scallops and the fishermen of St. Brieuc Bay. (Teoksessa: *Power, Action and Belief*. Toim. John Law. London: Routledge & Kegan Paul. 196–233).
- Cooren, F. (2000). *The Organizing property of communication*. Amsterdam: John Benjamins.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1983). *Anti-Oedipus. Capitalism and schizophrenia*. London: The Athlone Press.
- Derrida, J. (1988). *Limited Inc*. Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Greimas, A. J. (1987). *On Meaning: Selected Writings in Semiotic Theory*. London: Frances Printer (Publishers).
- Griffiths, J. R., Hartley, R. J. & Willson, J. P. (2002). An improved method of studying user-system interaction by combining transaction log analysis and protocol analysis. *Information Research* 7, 4.
- Latour, B. (1999). *Pandora's hope. Essays on the Reality of Science Studies*. Cambridge: Harvard University Press.

Pitkänen-Huhta, A. (1999). Vieraalla kielellä lukemisen tutkimus. (Teoksessa: *Kielenoppimisen kysymyksiä*. Toim. Kari Sajavaara & Arja Piirainen-Marsh. Jyväskylä: Soveltavan kielentutkimuksen keskus, Jyväskylän yliopisto. 259–288).

Raivio, J. & Saarti, J. (2004). Yleisen kirjaston toimijoiden verkosto: toimija-verkkoteoria analyysivälineenä. *Informaatiotutkimus* 23, 2, 35–46.

Raivio, J. & Saarti, J. (2005). Kirjaston näyttöluettelon lukeminen. *Informaatiotutkimus* 24, 3, 71–79.

Woolgar, S. (1991). Configuring the user: the case of usability trials. (Teoksessa: *A Sociology of Monsters: Essays on power, technology and domination*. Sociological Review Monograph 38. Toim. John Law. London: Routledge. 58–99).

Pirjo Vatanen & Vuokko Palonen

Tekijä, lukija ja kirjastot sisällönkuvailun kentässä – kuka kohtaa kenet?

While cataloguing is nationally well under control in the Finnish research libraries there remains much to desire concerning the content analysis and description. Besides the library professionals the content description is being done by authors, publishers, and even readers of the documents. Although the process of content description can and usually does include relating the document under scrutiny to some others, this creating of relationships is especially the task of library professionals. By doing this they make the document a part of a library collection and catalogue. In the mission of a library there is always the aspect of organizing knowledge for the benefit of its users. This task is by no means without problems, because of the non-use and also the quality of the library catalogues.

In this paper different kinds of content descriptors are being mapped and looked into from the point of view of the information users. Special attention is given to the union catalogues of the libraries. As examples are used the Finnish union catalogues LINDA (monographs and serials), which are being compared with some European databases.

The possibilities of using interactivity as a remedy to some problems of the library catalogues is looked into and some suggestions of how interactivity should be organized are given.

Avainsanat: sisällönkuvailu, interaktiivisuus, kirjastoluettelot

1 Lähtökohdat

Kirjasto 2.0:n katsotaan yleisesti muuttavan kirjastojen toimintaa entistä vuorovaikutuksellisempaan suuntaan. Tässä alustavassa selvityksessä pohditaan, mitä vuorovaikutteisuus voisi merkitä dokumenttien sisällönkuvailun tuottamisessa.

Sisällönkuvailulla tarkoitetaan tässä sellaisen informaation tuottamista, joka kertoo, millaisia asioita tai ilmiöitä kuvailtavassa dokumentissa käsitellään. Sisällönkuvailu voi myös merkitä sellaisten järjestelmien käyttöä, joilla sisällöltään samankaltaisia dokumentteja kootaan yhteen eri tarkoituksia varten, esimerkiksi kirjastojen luetteloihin. Kirjastojen perinteisen sisällönkuvailutyön rinnalla mieti-

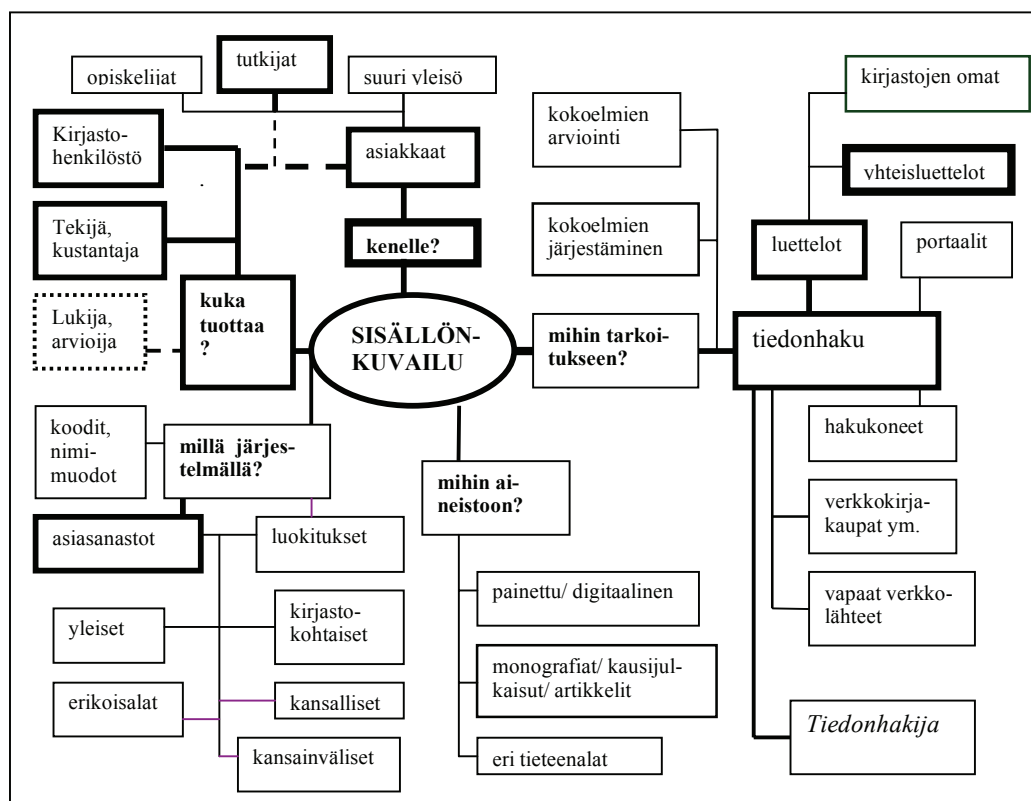
tään, miten dokumentteihin tai niitä koskeviin verkko- ja muihin lähteisiin tallennettu sisällönkuvailu, kuten teosta koskevat arvioinnit ja esittelyt, palvelisivat tiedonhakijaa. Kaikki kuvailujärjestelmät edustavat dokumenttien sisältöä vain osittain järjestelmien ja niiden käyttäjien omien rajoitusten mukaisesti. Dokumentin sisällön kattaa täydellisesti vain dokumentti itse.

Sisällönkuvailu voidaan jakaa dokumenttilähtöiseen, tieteellisen heimon¹ tuottamaan tai asiakaslähtöiseen: Dokumenttilähtöinen sisällönkuvailu on periaatteessa objektiivista ja yhtenäistä sekä vaihdettavaa ja kumuloituvaa. Se sopii suurille yleiskirjastoille ja yhteisluetteluihin. Tieteellisen heimon tuottama tai sille tarkoitettu sisällönkuvailu on yhtenäistä heimokohtaisesti. Se on räätälöity heimon konventioiden ja tarpeiden mukaan, hyödynnettävissä kansainvälisesti alan edustajien kesken ja se kumuloituu alan sisäisesti. Kirjastoissa sitä edustavat jossakin määrin erikoiskirjastojen luettelot ja saman alan yhteisluettelot. Asiakaslähtöinen sisällönkuvailu ymmärretään kirjastoissa yleensä oman asiakaskunnan keskiwertoedustajille ja/tai tiettyjen asiakasroolien keskiwertoedustajille suunnatuksi, mutta kirjaston tuottamaksi sisällönkuvailuksi. Se ei siten ole lähtökohtaisesti objektiivista eikä kovin yhtenäistäkään, vaikka käytettäisiin yhteisiä tesauruskia. Näkökulma tuo periaatteessa lisäarvoa yhteisluetteluihin, koska tietoon pääsee kiinni useammalla tavalla. Varsinaisesti asiakaslähtöinen sisällönkuvailu on kuitenkin asiakkaiden itse vuorovaikutteisesti tuottamaa.

Sisällönkuvailun eri ulottuvuuksia on esitetty kuviossa 1. Sisällönkuvailun tuottajina tarkastellaan tässä artikkelissa dokumentin tekijöitä ja julkaisijoita, informaatioalan ammattilaisia sekä dokumentin vastaanottajaa lukijana, arvostelijana tai kommentoijana. Tiedonhaun funktio liittyy tekijään dokumentin syntyä edeltävässä vaiheessa ja vastaanottajaan valmiin dokumentin käyttäjänä. Tiedonhaun välineitä taas ovat erilaiset luettelot, portaalit, hakukoneet ja verkkokirjakaupat sekä vastaavat palvelut.

Dokumentin tekijä ja vastaanottaja käyttävät sisällönkuvailussaan yleensä vapaata tekstiä. Sen sijaan informaatioalan ammattilaisten laatimalle sisällönkuvailulle on ominaista kontrolloitujen asiasanastojen tai vakiintuneiden luokitusten käyttö. Asiasanat ovat asiakkaiden suosimia, ja trendi kirjastoissa on ongelmista huolimatta ollut niiden suuntaan ja pois luokituksista.

¹ Heimo tarkoittaa tässä epämuodollista, muiltakin toimintatavoiltaan kuin tiedonhaku, -hankinta ja -tuottamistavoiltaan yhtenäistä tutkijaryhmää, joka voi olla tieteenalan sisäinen tai tieteenalojen välinen.



Kuvio 1. Sisällönkuvailun ulottuvuuksia

Empiirisessä osassa käsitellään sisällönkuvailun nykytilaa kirjastoluetteloissa. Suomen tieteellisten kirjastojen Linda-yhteistietokantaa tuotetaan vuorovaikutuksessa osallistuvien kirjastojen kesken: sisällönkuvailijat näkevät ne kuvailut, jotka on laadittu samaan dokumenttiin toisessa suomalaisessa kirjastossa tai jotka on poimittu dokumentin bibliografisten tietojen ohella suoraan esimerkiksi amerikkalaisista tietokannoista. Sen sijaan muiden dokumenttiin liittyvien toimijoiden tekemien sisällönanalyysien vaikutus kirjastoluetteloihin lienee vähäinen. Esitellyitä ja muita sisällön analyysijä on löydettävissä esimerkiksi verkkokirjakaupoista ja muista Internet-lähteistä.

2 Tiedonhakijat

Olellaisia kysymyksiä siinä, miten dokumenttiin tallennettu sisällönkuvailu, teosta koskevat arvioinnit ja esittelyt sekä kirjastojen tarjoama sisällönkuvailu palvelevat tiedonhakijaa ovat: mitä tiedonhakija tarvitsee ja mistä ja miten hän hakee

tietoa. Sisällönkuvailun tuottajan ja tiedon tarvitsijan kohtaamisessa ovat läsnä molempien tarkoitteet, motiivit, taustaoletukset ja asiantuntemus.

Sisällönkuvailun osuudesta tiedonhankinnassa tiedetään vähän, mutta tiedontarpeita sen sijaan on tutkittu paljonkin sekä luomalla yleisiä malleja että tutkimalla erilaisten ryhmien tai ammattien edustajien tiedonhankintakäyttäytymistä (mm. Laaksonen 2000; Heinström 2002; Lönnqvist 2003; Huvila 2006; Chowdhury 2007: 216–222). Tiedetään myös, että tiedontarvitsija hakee tietoa ensisijaisesti niistä lähteistä, jotka hän tuntee ja jotka ovat helposti saatavilla (ks. mm. Savolaisen (2007) kehittämä Sonnenwaldin information horizon -käsitteestä). Sen vuoksi esimerkiksi opiskelijat käyttävät enemmän kirjastojen luetteloita kuin kansalaiset yleensä, mutta hekin aloittavat useimmiten tiedon etsinnän hakukoneiden avulla (College Students' Perceptions of Libraries and Information Resources 2006: 1–7).

Tämä on haaste kirjastoille, koska sisällönkuvailulla on huomattavaa merkitystä tiedon löytymiselle. Kirjastoilla on nettiaineistoissa jo sinänsä kilpailija, mutta kirjastoon ei myöskään nykyisin tarvitse tulla fyysisesti käyttämään suurta osaa sen omista aineistoista. Selailu (*browsing*) on mahdollista paitsi kirjaston avohyllyillä, myös verkossa. Hakukoneiden käyttö on sekin enemmän sukua selailulle kuin kirjastoluetteloiden käytölle. Sisällönkuvailun kehittämiseksi ja kirjastoluetteloiden käytettävyyden ja myös houkuttelevuuden lisäämiseksi on esitetty niiden vuorovaikutteisuuden lisäämistä.

3 Tiedon tekijät, arvioijat ja esittelijät

Tekijän laatiman sisällönkuvailun ymmärtämiseksi on tiedettävä, mitä tekijällä on ollut mielessä: Miksi julkaisu on kirjoitettu, kenelle se on suunnattu, mitkä ovat siinä esitetyt keskeiset asiat, ja miten tekijä niitä oman asiantuntemuksensa ja muun osaamisensa avulla on käsitellyt ja sisällönkuvailussa kuvaa? Tekijä saattaa olla hyvin spesifin alan asiantuntija, tieteen popularisoija tai ”tavallinen” kirjailija. Hän käyttää vapaita avainsanoja tai valmista sanastoa, mutta on lähtökohtaisesti sisällönkuvailussa ”maallikko”. Tekijän laatima sisällönkuvailu hyödyttää kirjastojen luetteloita, jos tekijän ilmaisemat dokumentin painopisteet antavat käyttäjälle riittävästi informaatiota tai lisäinformaatiota informaatioammattilaisen tarjoamien asiasanojen ohella.

Arvioitsijan ja esittelyn kirjoittajan tavoitteena on julkisuus. Arvioitsija yleensä joko kiittää tai moittii, ellei kyseessä ole opinnäytteen tarkastaja, jonka lähtökohteisesti tulee tehdä molempia. Esittelyn tarkoitus on olla neutraali, mutta – toisin

kuin varsinainen tiivistelmä – se voi keskittyä joihinkin asioihin, jotka kiinnostavat esittelijää, mutta jotka eivät välttämättä ole tekijän päätavoitteita. Arvio tai esittely löytyy yleensä sen julkaisun kautta, jota se koskee. Niitä ei lähtökohtaisesti haeta erikseen. Lukijan pyrkimyksenä on arvioida, kannattaako julkaisu lukea, onko se kiinnostava, onko asiaa käsitelty relevantisti ja onko se luotettava. Vuorovaikutteisuuden hyöty on kirjastoluettelossa näiden osalta tapauskohtainen ja esimerkiksi kaunokirjallisuuden suhteen toiminee hyvin. Tutkimuskirjallisuudessa arvo syntyy siitä, miten arvio tai esittely ottaa esille niitä asioita, joita tiedontarvitsija hakee.

Julkaisijan tuottaman esittelyn tarkoituksena on myydä tuotetta eikä kuvata sitä objektiivisesti (Rowley & Farrow 2000: 52–53). Vuorovaikutteinen kustannusluettelo edistää tätä tavoitetta, mutta julkaisijan esittelyjen ja niiden kommentointimahdollisuuden liittäminen kirjaston luetteloon ei välttämättä tuota lisäarvoa.

4 Informaatioammattilaiset

Informaatioammattilaiset, kirjastonhoitajat ja informaatikot, tuottavat sisällönkuvailuja formaalein menetelmin. Toisaalta he ovat myös tiedonhaun asiantuntijoita, jotka käyttävät hyödyksi yhteisiä menetelmiä erityisesti, kun toimitaan kirjastoluetteloiden ja portaalien maailmassa. Tällöin indeksointi ja haku ovat saman asian kääntöpuolet. Prosessi jakaantuu kummassakin dokumenttiin ja aiheeseen tutustumiseen, sen analyysiin ja analyysin kääntämiseen luokituksen, tesauuksen tai muun indeksointijärjestelmän kielelle tarkoituksena luoda dokumentille/haulle profiili. Indeksoinnissa tiedolle luodaan rakenne. Indeksoimalla ja pitämällä yllä ja rakentamalla indeksointijärjestelmiä informaatioammattilainen tuottaa tiedontarvitsijalle ”rakennuspiirustukset ja -aineet” hakuprofiileja varten.

Toisaalta indeksoinnin lähestymistavat ja -järjestelmät vaihtelevat jo historiallisista syistä ja indeksoijan ja hänen edustamansa organisaation painotusten mukaan, mutta myös tilanteiden mukaan (Rowley & Farrow 2000: 99–101). Varsinkin asiantuntijasisällönkuvailijoilla (kirjastoammattilaisilla, mutta myös tekijöillä) ongelmallisia ovat erilaisia vinoutumia tuottavat asenteet, joita sisällönkuvailija itse ja käyttäjäkunta ei huomaa. Vinoutumia tuottavat paitsi kulttuuri, sukupuoli, uskonto jne., mutta myös käsitys tieteestä ja tieteenalojen suhteista ja merkityksestä. (Olson 2002: 7–9). Myös tiedonhakijoilla voi olla individualistinen näkemys ongelmansa kontekstista. Lisäongelmia syntyy silloin, kun koetetaan tehdä monikielisiä luetteloita, poimia valmiita tietueita oman maan tai kulttuurialueen ulkopuolella tehdyistä tai kansainvälisistä tietokannoista. Virheitä tuottaa myös riittämättömällä asiantuntemuksella tai paneutumisella toteutettu poiminta (Bade

2007: 67–69). Ilman näitäkin sanallisella sisällönkuvailulla on haasteita, kuten termien monimielisyys, termien vanheneminen ja terminologian vakiintumattomuus.

Indeksoinnin tulee kattaa dokumentin keskeiset aiheet, jotka ovat yleensä helposti tunnistettavissa. Tieteellisessä julkaisussa tekijä on usein itse dokumentin nimeä valitessaan ja tiivistelmää laatiessaan tehnyt samantyyppistä analyysiä kuin indeksoija ja kertonut, mitä dokumentti hänen omasta mielestään pääasiallisesti käsittelee. Hankalampi kysymys on, missä määrin indeksoinnin tulee kattaa toissijaisia tai sivuaiheita. Raja vuorovaikutteisuudelle voisi mennä tässä: Asiakkaille sallittaisiin ja heitä rohkaistaisiin osallistumaan sisällönkuvailuun tarjoamalla helppoja välineitä, jotta relevantit ”sivujuonteet” saataisiin kuvailluiksi tutkijoiden omalla terminologialla. Terminologian ylläpito ja kehittäminen parhaassa tapauksessa myös hoidettaisiin vuorovaikutteisesti tutkijoiden kesken. Tietysti tiedontarvitsija a priori on jossakin määrin tietämätön – hän ei muuten hakisi tietoa –, mutta tämän ei tarvitse vaikuttaa tässä yhteydessä, koska tarkoitus on, että löydetty tieto jaetaan. Työkaluja ja järjestelmiä rakennettaessa tämä on kuitenkin muistettava.

Kirjastojen on myös – toisin kuin dokumentin tekijän ja vastaanottajan – sijoitettava dokumentti virtuaalisesti ja/tai fyysisesti johonkin kokoelmaan. Kokoelman määrittelyssä tarvitaan luokittamista. Virtuaaliympäristössä luokitukselle ovat ehkä tulossa vaihtoehtoisiksi relevanssin määrittely, asiasanoista muodostettujen fasettien navigointi tai koneellisesti tehtävä hakutulosten klusterointi (Breeding 2007). Vuorovaikutteisuuden hyöty riippuu silloin siitä, ovatko relevanssit ja fasetit eri käyttäjillä riittävän samanlaiset.

5 Kirjastojen tuottama sisällönkuvailu

Kaikessa kirjastojen sisällönkuvailussa, myös dokumenttilähtöisessä, ajatellaan sitä, kenelle julkaisusta olisi hyötyä. Kirjastoluettelon ydintavoitteet ovat toisaalta identifioida yksittäinen dokumentti ja toisaalta yhdistää yhteenkuuluvat dokumentit (ks. esim. Palonen 2006: 16–21). Yhden kirjaston korttimuotoisissa luetteloissa hakutietojen määrä dokumenttia kohti oli käytännön syistä rajallinen, mutta dokumenttien suhteisiin panostettiin tavoitteena luoda tietokartta kirjaston aineistoista.

Online-luetteloissa erilaisia hakutietoja on helppo lisätä ja asiakkaita on näyttöluetteloissa pyritty palvelemaan tarjoamalla mahdollisimman monta tapaa päästä tietoon käsiksi. Koska kirjastojen kokoelmat ovat valikoituja, haun kohdistamisen

niihin on ajateltu rajoittavan tulosjoukkoja tästä huolimatta hallitusti. Samalla ei kuitenkaan ole vastaavasti panostettu suhteiden esittämiseen, ja näyttöluettelo on mm. Alan Danskinin (2007: 207–208) mielestä saanut huonon maineen.

Tutkimusten mukaan kirjastoluettelot eivät nykyisellään kiinnostakaan käyttäjien suurta joukkoa, vaan erityisesti uudesta aineistosta etsitään tietoa mieluummin Amazon.comista tai muista Internet-lähteistä (Thompson & Clark 2006; Breeding 2007). Google ja muut hakukoneet tarjoavat myös paljon lähestymispisteitä, eli hakeepa lähes miten tahansa, jotakin aina löytyy. Heikkouskin on sama kuin näyttöluettelossa: kartta puuttuu, mutta lisäksi dokumenttien tunnistamisessa on ongelmia, joita näyttöluettelossa ei ainakaan pitäisi olla. Emme myöskään hakukonetta käyttäessämme tiedä, mistä joukosta haku tarkasti ottaen tehdään, ja tulokset ovatkin useimmiten eriasteisesti satunnaisia. Viitteiden luotettavuuden ja relevanssin määrittely on myös karkeaa eikä se ole avointa (mm. Rowley & Farrow 2000: 311; Rumsey 2004: 164–167). On myös todettu, että kun sanahaku tehdään ilman asiasanoja, yli kolmasosa relevanteista viitteistä jää löytymättä, joissakin tapauksissa jopa 80–100 prosenttia (Gross & Taylor 2007).

Kokoelman muodostuksessa on kyse dokumenttien suhteista (vrt. luettelot). Oletus, että tiedon tarvitsija, joka on kiinnostunut tai jolle on hyötyä jostakin dokumentista, on kiinnostunut myös toisesta vastaavansisältöisestä dokumentista (vrt. bibliografiset suhteet Rowley & Farrow 2000: 42; Danskin 2007: 207), on kokoelmaa muodostettaessa ulotettu tiedontarvitsijoiden ryhmään, vaikka aineistojen valinta ja sisällönkuvailu olisi hyvinkin dokumenttilähtöistä. Vuorovaikutteisuu-den ajateltu hyöty perustuu samaan oletukseen. Keskeinen kysymys kirjastojen sisällönkuvailussa on, millaista sisällönkuvailua kirjastojen kokoelmaluetteloiden tulisi tarjota lisätäkseen interaktiivisuutta.

6 Sisällönkuvailun analyysiä kirjastojen tietokantoista

Kirjastojen tietokantoja käyttäessään asiakkaan kannalta tavoite on löytää tarpeeksi relevantteja viitteitä (viime kädessä tietysti tietoa) ja toisaalta välttää saamasta epärelevantteja viitteitä, liian paljon viitteitä ja liian vähän viitteitä (esim. Rowley & Farrow 2000: 103).

Tietokantojen analyysiä varten tehtiin Suomen tieteellisten kirjastojen yhteisluettelosta Lindasta muutaman kymmenen nimekkeen otanta abstraktilla asiasanalla ”estetiikka” ja konkreettisella asiasanalla ”rautatiet”. Määrällisesti otanta osoitti, että Lindassa voi olla yhtä tietuetta kohti kymmeniä asiasanoja. Toinen tulos oli, että mitä useammassa kirjastossa dokumentti oli, sitä enemmän siinä oli asiasano-

ja. Dokumentin kieli vaikutti asiaan jonkin verran, eli suomenkielisissä julkaisuissa oli yleensä enemmän asiasanoja kuin muunkielisissä.

Laadullisesti otanta herätti kysymyksiä sisällönkuvailun säännöistä kirjastojen vuorovaikutteisessa toiminnassa. Termien suuri määrä dokumenttia kohti johtuu osaksi siitä, että samassa tietueessa voi toistua sama asiasana sekä erillisenä että osana asiasanaketjua (esimerkiksi ”historia” ja ”rautatiet – historia – Suomi”). Toisaalta sama sana voi olla peräisin useasta eri asiasanastosta. Haku Lindasta pelkällä sanalla ”historia” ei tuota luotettavaa tulosta eikä palvele tiedonhakijan relevanttien viitteiden toivetta, koska viitteiden määrä nousee yli 10 000:een. Se-laushakua käyttämällä tämän asiasanan tarjoamien viitteiden määräksi – ilman ketjutusta – tulee 25 773 (haettu 27.2.2008). Näistä 22 318 viitettä on indeksoitu Yleisen suomalaisen asiasanaston mukaan, mutta loput viitteet perustuvat 15 muun sanaston täysin samaan asiasanaan; tässä tapauksessa sekä suomen- että ruotsinkielisen sanaston termi on sama. Myöskään sääntöjä siitä, miten sisällönkuvailussa otetaan huomioon sanastoihin sisältyvä laajempien ja suppeampien termien tai rinnakkaistermien määrittely, ei ole yhteisluetteloa varten sovittu: tarvitseeko julkaisuja, joita kuvaa asiasana ”estetiikka”, kuvailla lisäksi laajemmalla termillä ”filosofia” ja onko syytä käyttää samassa tietueessa sekä termiä ”havaitseminen” että sen suppeampaa termiä ”kognitiiviset prosessit”.

Kun verrataan Lindan sisällönkuvailua muihin luetteloihin, tilanne on varsin toinen esimerkiksi muutamissa saksalaisten kirjastojen tietokannoissa kuten TIB-kirjaston (Technische Information Bibliothek, Hannover) luettelossa ja Berliinin valtionkirjaston (Staatsbibliothek zu Berlin) luettelossa¹. Niissä sisältöjä on kuvattu yleensä yhdellä tai parilla ketjulla, joissa myös termien järjestys on usein – mutta ei aina – selkeästi strukturoitu. Joissakin tapauksissa ketjun rakenne muistuttaa jopa Ranganathanin PMEST-rakennetta (personality – matter – energy – space – time).

Ruotsin Libriksessä (ks. <http://www.kb.se/libris/>) asiasanoja on yleensä vähemmän kuin Lindassa. Termeinä on usein sekä LCSH-sanoja (*Library of Congress Subject Headings*) englanniksi että niiden ruotsinkielisiä vastineita. Ehkä YSAa vastaavan sanaston puuttuminen vaikuttaa asiasanojen pienehköön määrään.

¹ <http://www.ubka.uni-karlsruhe.de/hylib/en/kvk.html>

Yleisesti katsoen asiasanoitus on kirjavaa, erityisesti Lindassa. Siinä on rakenteellisia ongelmia. Tähän ovat osittain syynä kirjastojärjestelmien puutteelliset haakuominaisuudet. Luettelointikäytäntö, jossa kirjastoluetteloihin syötetty tieto kumuloituu Lindaan, tuottanee osan turhista päällekkäisyyksistä.

Erimielisyys sisällöstä tai sisällön painopisteestä ei otannan perusteella tullut esiin, paitsi ehkä rautatiet-asiasanan sisältävissä tietueissa, joissa asiaa voitiin tarkastella matkailun, liikenteen, talouden tai rakentamisen näkökannalta. Asiasanojen valintaan voivat vaikuttaa kirjaston traditiot, tieteenalojen ja heimojen konventiot sekä toimijoiden henkilökohtaiset käsitykset. Viimeksi mainittu tapaus voi ”aidosti” muodostua vain Isto Huvilan (2007) esittämällä tavalla eli asiantuntijatiedonhakija hakee tietyllä relevantiksi katsomallaan sanalla ja toinen tiedonhakija käyttää sitä jne. Tämä olisi tapa, jolla heimo rakentaa ”kirjastohuoneen” itselleen.

Sisällönkuvailun epäyhtenäisyys vaikuttaa siten, että muodollisesti ja sisällöllisesti samanlaiset aineistot hajoavat, eli kirjastoluetteloiden tarkoite ei tältä osin toteudu. Tulkintaerojen vuoksi sekä tiedontarvitsija että sisällönkuvailija voivat lisäksi eksyä väärälle raiteelle (Bade 2007). Tällöin ei toinenkaan tehtävä eli sisällön identifiointi onnistu.

7 Lukijoiden sisällönkuvailujen analysointia

Lukijoiden antamat kommentit tai arviot teoksesta Internetissä eivät otannassa mukana olleen aineiston perusteella ole kovin yleisiä. Asiaa tarkasteltiin kymmenestä teoksesta, jotka löydettiin Linda-tietokannasta asiasanalla ”estetiikka” ja joista oli Internetissä välittäjän tai kustantajan tekemä esittely tai vastaava tieto. Vain kahteen näistä kymmenestä liittyi (marraskuussa 2007) arvostelijan tai muiden lukijoiden arviointia.

Amazon.comin sivuille¹ on koottu materiaalia Susan Sontagin vuonna 2007 ilmestyneestä postuumista esseekokoelmasta. Sivuilla on joukko lehdistä ja muista lähteistä poimittuja arviointeja sekä kahden yksityishenkilön kirjoittamat arvostelut, joissa teoksen laatua ilmaistaan tähtien määrällä ja joista voi löytää teoksen tieteenalan ja joitakin teemoja. Lukijat ovat edelleen voineet arvioida arvostelijoiden/esittelijöiden tekstien hyödyllisyyttä itselleen. Toisen arvioinnin on ilmoitta-

¹ <http://www.amazon.com/At-Same-Time-Essays-Speeches/dp/0374100721>

nut lukeneensa 16 henkilöä, toisen kahdeksan, ja nämä kaikki ovat pitäneet arvioita hyödyllisinä. Arviointeja olisi voinut myös kommentoida, mutta sitä ei ole kukaan tehnyt (tarkastettu 11.2.2008). Kun ajatellaan Amazon.comin potentiaalisten käyttäjien määrää, on kai tulkittava, että vuorovaikutteinen sisällönkuvailu ei vielä ole kovin yleistä.

Toinen on Tammen kustantama *Ajattele, filosofoi* -teos, joka on ilmestynyt 2006 (toimittaneet Juha Räikkä ja Helena Siipi). Kirjan esittely on mm. Tampereen yliopiston Granumin ja BookPlus Kirjamaailman sivuilla. Lisäksi verkosta löytyy ainakin yksi perusteellinen arviointi kirjasta¹. Kun Googlen avulla koettaa löytää lisää lukijoiden arviointia, päätyykin nopeasti informaatioammattilaisten tekemien toistojen asiasanaviidakkoon eli esimerkiksi kirjastoluetteloon², jossa teoksen sisältöä on kuvattu seuraavasti:

bioetiikka ; bioetik ; estetiikka ; estetik ; etiikka ; etik ; feminism ; feminism ; filosofi ; feminismi ; feminismi ; filosofia ; filosofi ; filosofia ; filosofisk psykologi ; kielifilosofia ; kunskapsteori ; metafysiikka ; metafysik ; mielenfilosofia ; oikeusfilosofia ; religionsfilosofi ; rättsfilosofi ; samhällsfilosofi ; språkfilosofi ; tahto ; tahto ; filosofa ; tietoteoria ; uskonnonfilosofia ; vilja ; vilja ; filosofi ; yhteiskuntafilosofia.

8 Päätelmiä

Sellaisen sisällönkuvailun tuottaminen, joka palvelisi hyvin kaikkia käyttäjiä, on tuskin saavutettavissa edes yksittäisissä tapauksissa. Tiedon tuottajien ja hakijoiden tekemiä sisällönkuvailuja tieteellisten heimojen sisällä kannattaisi kuitenkin tutkia tarkemmin. Vaarana heillä samoin kuin informaatioammattilaisilla ovat erilaiset vinoutumat asenteissa ja taustaoletuksissa tai käsityserot tieteenalojen järjestyksestä ja merkityksestä.

Toisaalta käyttäjien aktivoiminen osallistumaan sisällönkuvailuun voisi edistää sitä, että sisällönkuvailu palvelisi erilaisia tarpeita, eri hakutyylejä ja persoonallisuudeltaan erilaisia hakijoita. Tällöin on kuitenkin ratkaistava ainakin, miten aktiivointi yleensä tapahtuisi (muutenkin kuin teknisesti) ja vielä niin, että työn laatu

¹ <http://www.viestintaliitto.fi/kirjatyo/2007/04/muut/lukulamppu.html>

² <http://abilita.fi/fredrika/webform4.aspx?bid=9512655276%20%20%20%20&kcode=&bcode=&acode=>

ja kate luettelossa pysyy tasaisena. Tavallinen asiakas ei välttämättä halua tai osaa ”tehdä kirjaston työtä”, joten olisi löydettävä käyttäjäryhmiä, kuten tekijät ja arvioijat (julkaisevat tutkijat), joita voisi profiloida ryhminä. Tässä tulisivat kyseeseen tieteelliset heimot. Esimerkiksi Huvila ja Widén-Wulff (2006) ovat soveltaneet Belkinin fasettipohjaista tiedonhakukäyttäytymisen luokittelua kahteen erillaiseen tutkimusasetelmaan ja kohdejoukkoon luokittelun tietyistä puutteista huolimatta onnistuneesti. Sillä tai jollakin vastaavalla luokittelulla voisi olla potentiaalia tiedonkäyttäjryhmienkin analyysiin. Informaatioammattilaisten tekemään kehikseen voisi tehdä näistä virtuaalisia kirjastohuoneita samaan tapaan kuin tiedeyhteisön asiantuntemuksella on totuttu valitsemaan fyysisiä kirjoja konkreettiseen tilaan. Kehikko voisi täydentyä siten, että informaattikot tiedonhaun sijasta alkavat tehdä ontologioita asiakkaiden tarpeisiin. Joka tapauksessa on huolehdittava siitä, että kirjastojen luetteloilla säilyy riittävä stabiilius ja luotettavuus, mikä edellyttää sisällönkuvailuun osallistuvien tunnistettavuutta (esim. Tuominen 2007).

Kirjastoluetteloilla ja niiden sisällönkuvailulla on edelleen oma paikkansa informaation löytymisessä. Luetteloiden ongelmat korostuvat yhteisluetteloissa, jos sisällönkuvailun yhtenäisyyteen ei panosteta tarpeeksi. Kirjastoille on haaste rakentaa vuorovaikutteisuutta hyödyntäviä luetteloita, joissa niiden molemmat ydintavoitteet toteutuvat. Sisällönkuvailu on kallista ja hidasta. Siksi päällekkäistä työtä pyritään välttämään. Toisaalta mitä useampaan tarkoitukseen käytetään samaa sisällönkuvailua, sitä enemmän on jo lähtökohtaisesti tehtävä kompromisseja. Fasetti- tai hierarkiamalli toimii huonosti silloin, kun tilanteet ovat hyvin erilaisia, eli tieto rakentuu eri tiedontarvitsijaryhmien mielestä hyvin eri tavoilla. Mitään universaalia ja pysyvää tieteiden järjestelmää ei siinä mielessä ole.

Lähteet

Bade, D. (2007). Colorless green ideals in the language of bibliographic description: making sense and nonsense in libraries. *Language & Communication* 27, 1 54–80.

Breeding, M. (2007). Thinking about your next OPAC. *Computers in libraries* 27, 4, 28–30.

Chowdhury, G. G. & Chowdhury, S. (2007). *Organizing information from the shelf to the web*. London: Facet Publishing.

College students' perceptions of libraries and information resources (2006). Dublin, Ohio: OCLC.

Danskin, A. (2007). "Tomorrow newer knows": the end of cataloguing. *IFLA journal* 33, 3, 2005–2009.

Gross, T. & Taylor, A. G. (2007). What have we got to lose? The effects of controlled vocabulary on keyword searching results. *College & research libraries* 66, 3, 212–230.

Heinström, J. (2002). *Fast surfers, broad scanners and deep divers: personality and information seeking behaviour*. Åbo: Åbo Akademi University Press.

Huvila, I. (2006). *The ecology of information work: a case study of bridging archaeological work and virtual reality based knowledge organisation*. Åbo: Åbo Akademi University Press.

Huvila, I. (2007). Sähköpostiviesti 14.9.2007.

Laaksonen, P. (2000). *Yleisradion toimittajien ja ohjelmapalvelutyöntekijöiden tiedontarpeet ja tiedonhankinta*. Tampereen yliopisto. Informaatiotutkimuksen laitos. Pro gradu -työ.

Lönnqvist, H. (2003). *Humanistiska forskningsprocesser och informationssökare: typologier för informationssökande forskare*. Tampere: Tampereen yliopisto.

Olson, H. A. (2002). *The power to name: locating the limits of subject representation in libraries*. Dordrecht: Kluwer.

Palonen, V. (2006). *Verkkodokumenttien funktionaalinen luettelointi: teorian ja normistot dokumenttien tunnistamisen ja yhteenliittämisen tukena*. Tritonia 7. Vaasa: Tritonia. Saatavissa: <http://tutkielmat.uta.fi/pdf/lisuri00040.pdf>.

Rowley, J. & Farrow, J. (2000). *Organizing knowledge: an introduction to managing access to information*. 3. painos. Aldershot: Gower. Saatavissa: <https://jykdok.linneanet.fi/cgi-bin/Pwebrecon.cgi?SC=Title&SEQ=20071116160536&PID=40eD9XdPtQ3lWOAwEmhwTyPcnAxo&SA=Organizing+knowledge+an+introduction+to+managing+access+to+information>.

Rumsey, S. (2004). *How to find information: a guide for researchers*. Maidenhead: Open University Press.

Savolainen, R. (2007). Source preferences in the context of seeking problem-specific information. *Information Processing and Management* 44, 1, 274–293.

Thompson, W. & Clark, B. F. (2006). Using Amazon.com to radically extend your library catalogue. *Teacher librarian* 34, 1, 30–32.

Tuominen, K. (2007). Information literacy 2.0. *Signum* 2007, 5, 6–12.

Huvila I. & Widen-Wulff, G. (2006). Perspectives to the classification of information interactions: the Cool and Belkin faceted classification scheme under scrutiny. Proceedings of the first international conference on Information interaction in context, Copenhagen. ACM International Conference Proceeding Series 176, 144–152.

3 TEKNINEN VIESTINTÄ

Suvi Isohella

Käyttäjälähtöisyys teknisen viestinnän alan kvalifikaatioissa

This article studies how user-friendliness is taken into account when qualifications for technical communicators are defined. The concept of qualification in this paper stands for the competencies that education in technical communication is supposed to offer. The study is based on research findings – 63 qualifications – by Rainey, Turner and Dayton (2005). The study shows that user-friendliness is a crucial feature in the production of technical documentation, but that it, in spite of this, is not emphasized in any particular way when qualifications are described.

Avainsanat: tekninen viestintä, työelämä, kvalifikaatio

1 Johdanto

Teknisen viestinnän ammattilaiset työskentelevät erilaisissa tehtävissä esimerkiksi liike-elämässä, teollisuudessa, valtionhallinnossa, tutkimuslaitoksissa ja sairaaloissa, joten myös tehtävänimikkeiden kirjo on laaja. Uusien tehtävänkuvauksen myötä luodaan myös uusia tehtävänimikkeitä, kuten informaatioarkkitehti, lokalisointispesialisti, käytettävyyssiantuntija ja sisällönhallinnan asiantuntija (ks. esim. Fritz 2006). Teknisen viestinnän alalla käydään vilkasta keskustelua työelämän kvalifikaatiovaatimuksista eli vaatimuksista, joita työnantaja edellyttää työntekijältä. Kvalifikaatiovaatimuksia tarkastellaan erilaisina kompetenssikokonaisuuksina tai yksittäisinä kompetensseina (ks. esim. Whiteside 2003; Rainey, Turner & Dayton 2005; Straub 2006). Työelämässä tapahtuneet muutokset heijastuvat myös koulutukseen ja sen kehittämiseen. Esimerkiksi Opetusministeriön (2007: 38) kehittämissuunnitelmassa Koulutus ja tutkimus vuosina 2007–2012 tuodaan esiin korkeakoulutuksen merkitys työelämän muuttuvien osaamistarpeiden palvelijana. Tämä koskee sekä yliopistollista koulutusta että ammattikorkeakoulutusta.

Tämän tutkimuksen lähtökohtana on ajatus käyttäjälähtöisyydestä teknisen viestinnän ytimessä: tekniselle viestinnälle on ominaista teknisen informaation välittäminen siten, että informaation saatavuus, ymmärrettävyys ja käytettävyys toteutuvat. (Ks. esim. Burnett 2005: 13–15) Teknisessä viestinnässä korostuu siten informaation vastaanottajan näkökulma.

2 Tutkimuksen tavoite ja menetelmä

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, **missä määrin ja miten** käyttäjälähtöisyys ilmenee teknisen viestinnän alan kvalifikaatioissa. Käyttäjälähtöisyys on monimerkityksinen käsite, johon viitataan eri termein (esimerkiksi käyttäjäystävällisyys). Tässä tutkimuksessa käyttäjälähtöisyyttä tarkastellaan sen tunnuspiirteiden eli tarkoituksenmukaisuuden, käyttäjän tarpeiden huomioimisen, helppokäyttöisyyden, ymmärrettävyyden ja käyttäjän opastamisen näkökulmista. (Tunnuspiirteistä ks. Isohella 1998)

Kvalifikaatiolla tarkoitetaan yksilön valmiutta ja taitoa, joilla yksilö vastaa ”työnantajan tai työn asettamiin haasteisiin” (Metsämuuronen 1999: 140). Tällöin kvalifikaatiolla voidaan tarkoittaa myös yksilön pätevyyttä eli kompetenssia. Tässä tutkimuksessa kvalifikaatiolla tarkoitetaan opintosuunnitelmaan kirjattua teknisen viestinnän koulutuksen antamaa valmiutta ja taitoa.

Tutkimuksen lähtökohtana on Raineyn, Turnerin ja Daytonin (2005) Yhdysvalloissa tekemä tutkimus, jossa he analysoivat 156 teknisen viestinnän yliopistotason kurssikuvausta. Raineyn, Turnerin ja Daytonin (emt.) tutkimuksen tuloksena syntyi 141 kvalifikaation lista, joka tarkentui 63 kvalifikaatioon sen jälkeen, kun he olivat yhdistäneet samankaltaiset kvalifikaatiot. Valitsin kyseisen tutkimuksen lähtökohdakseni sen yksityiskohtaisuuden ja tuoreuden vuoksi. Suomessa ei ole tehty tutkimusta teknisen viestinnän koulutuksen kvalifikaatioista.

Luokittelen Raineyn, Turnerin ja Daytonin (2005) 63 kvalifikaatiota sen perusteella, mitä kvalifikaatioissa korostetaan. Sen jälkeen koodaan käyttäjälähtöisyyden tunnuspiirteisiin liittyvät ilmaisut. Sen selvittämiseksi, missä määrin käyttäjälähtöisyys ilmenee kvalifikaatioissa, lasken, kuinka monessa kvalifikaatiossa käyttäjälähtöisyys ilmenee. Saadakseni selville, miten käyttäjälähtöisyys ilmenee kvalifikaatioissa, erottelen käyttäjälähtöisyyttä sisältävät kvalifikaatiot ja tutkin, mihin luokkiin kvalifikaatiot kuuluvat sekä mitä käyttäjälähtöisyyden tunnuspiirrettä ne edustavat.

3 Kvalifikaatioiden luokittelu

Raineyn, Turnerin ja Daytonin (2005) tutkimuksen 63 kvalifikaatiota voidaan jakaa seitsemään luokkaan kvalifikaatioiden sisältämien taitokuvausten perusteella. Luokat ovat 1) dokumentaation laatimiseen liittyvät taidot, 2) analysointiin ja arviointiin liittyvät taidot, 3) tieto- ja viestintätekniiset taidot, 4) menetelmien hallintaan liittyvät taidot, 5) yhteistyötaidot, 6) viestintätaidot ja 7) muut taidot.

Dokumentaation laatimiseen liittyvissä taidoissa mainitaan erilaiset tekniset dokumentit, kuten esimerkit 1 ja 2 havainnollistavat:

(1) Ability to develop brochures and quick references

(2) Ability to write government documents

Esimerkin 1 kvalifikaatiossa mainitaan nimeltä esitteet ja pikaoppaat, esimerkissä 2 mainitaan valtionhallinnon dokumentit.

Analysointiin ja arviointiin liittyviin taitoihin kuuluvat muun muassa kyky analysoida käyttäjän tarpeita ja kyky arvioida muiden työtä. Myös oman työn arviointi kuuluu tähän luokkaan, siitä esimerkki 3:

(3) Ability to critique his or her own work

Analysointiin ja arviointiin liittyvät taidot sisältävät siten sekä muiden työn arviointia että itsearviointia, mutta myös muuta arviointia ja analysointia, kuten kykyä arvioida käytettäviä laitteita.

Tieto- ja viestintätekniisten taitojen hallinnalla tarkoitetaan esimerkiksi digitaalikameran käyttöä sekä erilaisten ohjelmistojen hallintaa, katso esimerkit 4 ja 5:

(4) Ability to use desktop publishing software

(5) Ability to use FrameMaker

Esimerkissä 4 mainitaan yleensä julkaisuohjelmien käyttötaito, esimerkissä 5 nimitään ohjelmisto (FrameMaker), jota olisi osattava käyttää.

Menetelmien hallintaa koskevat taidot ovat taitoja, joita tarvitaan muun muassa tutkimustyössä, katso esimerkit 6 ja 7:

(6) Ability to develop research questions and to collect data through primary research

(7) Ability to conduct informational and problem-solving interviews

Esimerkki 6 viittaa esimerkkiä 7 selkeämmin tutkimustyössä tarvittaviin taitoihin. Esimerkissä 7 mainittuja haastattelutaitoja tarvitaan tutkimuksen teon lisäksi myös työelämässä (ks. esim. Hahn 1996: 57).

Yhteistyötaitoja esiintyy kahdessa kvalifikaatiossa, viestintätaitoja yhteensä kolmessa kvalifikaatiossa. Yhteistyötaitoista on esimerkki 8, viestintätaitoja havainnollistaa esimerkki 9:

(8) Ability to collaborate with co-workers

(9) Ability to deliver a strong oral presentation

Teknisen viestinnän alalla korostetaan yhteistyötaitojen merkitystä (ks. esim. Gurak & Lannon 2007: 9–12), minkä vuoksi se, että yhteistyötaitoja on vain kahdessa kvalifikaatiossa 63 kvalifikaation kokonaisuudessa, on hieman yllättävää. Olin oletanut, että yhteistyötaidot näkyisivät selvemmin teknisen viestinnän koulutuksessa ja opetussuunnitelmissa.

Muiden taitojen ryhmä sisältää yksittäisiä mainintoja erilaisista opiskelijan taidoista, kuten budjetin laatimisesta, mistä on esimerkki 10:

(10) Ability to schedule a budget for various projects

Esimerkissä 10 mainitaan myös erilaiset projektit, joten myös siinä näkyy projektitaitojen merkitys.

Taulukko 1 havainnollistaa, kuinka monta kvalifikaatiota edellä esitellyt luokat sisältävät. Luokat on taulukoitu edellä esitetyssä järjestyksessä.

Taulukko 1. Raineyn, Turnerin ja Daytonin (2005) kvalifikaatioista muodostetut seitsemän luokkaa sekä kvalifikaatioiden määrä luokittain

Luokka	Kvalifikaatioiden määrä
Dokumentaation laatiminen	14
Analysointi ja arviointi	7
Tieto- ja viestintäteknikka	25
Menetelmät	6
Yhteistyö	2
Viestintä	3
Muut	6
YHTEENSÄ	63

Taulukosta 1 käy ilmi, että tieto- ja viestintätekniikan luokka on selvästi suurin, siihen kuuluu 25 kvalifikaatiota (n=63). Toiseksi suurin luokka sisältää 14 dokumentaation laatimiseen liittyvää kvalifikaatiota. Analysointia ja arviointia sisältäviä kvalifikaatioita on seitsemän ja menetelmiä on kuusi. Myös luokkaan ”muut” kuuluvia kvalifikaatioita on kuusi. Yhteistyöluokassa on kaksi kvalifikaatiota ja viestintäluokassa on kolme kvalifikaatiota.

4 Käyttäjälähtöisyys kvalifikaatioissa

Tarkasteltaessa käyttäjälähtöisyyden ilmenemistä kvalifikaatioissa voidaan todeta, että yhteensä seitsemän kvalifikaatiota (7/63) sisältää käyttäjälähtöisyyteen kuuluvia tunnuspiirteitä eli maininnan tarkoituksenmukaisuudesta, käyttäjän tarpeiden huomioimisesta, helppokäyttöisyydestä, ymmärrettävyydestä tai käyttäjän opastamisesta. Esimerkissä 11 on yksi seitsemästä käyttäjälähtöisyyttä ilmentävästä kvalifikaatiosta:

(11) Ability to provide clear writing for a specific audience directed by clearly defined purposes

Käyttäjälähtöisyyden tunnuspiirteistä esimerkissä 11 korostuu käyttäjän tarpeiden huomioiminen sikäli, että esimerkissä viitataan määriteltyyn kohderyhmään. Toinen käyttäjälähtöisyyden tunnuspiirre, joka esimerkistä ilmenee, on tarkoituksenmukaisuus.

Tarkasteltaessa käyttäjälähtöisyyttä ilmentäviä kvalifikaatioita luokittain (ks. taulukko 1) sijoittuvat kvalifikaatiot kahteen luokkaan: dokumentaation laatiminen sekä analysointi ja arviointi. Viisi kvalifikaatiota seitsemästä sijoittuu luokkaan dokumentaation laatiminen, kaksi kvalifikaatiota sijoittuu luokkaan analysointi ja arviointi. Esimerkki 11 kuuluu luokkaan dokumentaation laatiminen, seuraava esimerkki (ks. esimerkki 12) edustaa luokkaa analysointi ja arviointi:

(12) Ability to analyze user's needs

Esimerkissä 12 mainittu käyttäjän tarpeiden huomioiminen on keskeistä käyttäjälähtöisyydessä. Käyttäjälähtöisyyttä sisältävien kvalifikaatioiden painottuminen dokumentaation laatimiseen on ymmärrettävää sikäli, että teknistä dokumentaatiota laadittaessa kohderyhmän huomioon ottamisella merkitystä: on eri asia laatia esimerkiksi ohjelmistodokumentaatiota aloittelijoille kuin asiantuntijoille.

5 Pohdinta

Selvitin tutkimuksessani, missä määrin ja miten käyttäjälähtöisyys ilmenee teknisen viestinnän alan kvalifikaatioissa. Luokittelin 63 kvalifikaatiota seitsemään eri luokkaan, joista tieto- ja viestintätekniisiä kvalifikaatioita sisältävä luokka oli suurin (25). Luokittelu osoittaa, että teknisen viestinnän alan koulutuksessa korostetaan tieto- ja viestintätekniisiä taitoja. Myös dokumentaation laatimiseen liittyvät taidot ovat tärkeitä (14/63). Sen sijaan esimerkiksi menetelmien hallintaan liittyviä taitoja tuodaan opetussuunnitelmissa esiin vain vähän (6/63), vaikka kyseessä on yliopistollinen koulutus.

Käyttäjälähtöisyyttä ilmentäviä kvalifikaatioita oli seitsemän, mikä on kokonaisuutta (63 kvalifikaatiota) ajatellen vähän. On kuitenkin otettava huomioon, että tarkastelun kohteena olivat opetussuunnitelmat: se, miten opetussuunnitelmia todella noudatetaan, vaatisi oman tutkimuksensa. On nimittäin mahdollista, että käyttäjälähtöisyys huomioidaan varsinaisessa opetustilanteessa. Keskeinen kysymys onkin se, miten ja missä käyttäjälähtöisyyttä voidaan ylipäättään olettaa ilmenevän. Opetussuunnitelmilla opetusta ohjaavina dokumentteina on mielestäni merkitystä, joten mikäli käyttäjälähtöisyyttä halutaan korostaa, voisi se näkyä myös opetussuunnitelmissa.

Tämän tutkimuksen aineistona oli Yhdysvalloissa tehty tutkimus, minkä vuoksi on otettava huomioon, että aineisto paljastaa ainoastaan sen, mitkä kvalifikaatiot teknisen viestinnän yliopistollisessa koulutuksessa Yhdysvalloissa ovat keskeisiä. Joidenkin kvalifikaatioiden, kuten yhteistyötaidon, vähäisessä määrässä saattaa olla kyse myös kulttuuripiirteestä: kykyä tehdä yhteistyötä pidetään niin itsestään selvänä, että sitä ei tuoda erikseen esiin opetussuunnitelmissa. Toisaalta esimerkiksi suomalaisille tärkeä vieraiden kielten taito ei ole yhtenäkkään kvalifikaationa. Jatkossa olisikin kiinnostavaa tutkia, millaisia kvalifikaatioita suomalaiset opetussuunnitelmat sisältävät.

Sekä kvalifikaatio että käyttäjälähtöisyys ovat käsitteinä haastavia, koska ne ovat laajoja ja monimerkityksisiä. Esimerkiksi laajaa tutkimusaineistoa käytettäessä olisi aineiston analyysiä ajatellen molempia käsitteitä selvennettävä nykyistä paremmin. Tällöin esimerkiksi käyttäjälähtöisyyden eri ulottuvuudet tulisi huomioida paremmin. Tämän tutkimuksen lähtökohtana olleet käyttäjälähtöisyyttä sisältävät kvalifikaatiot olivat yksittäisiä kvalifikaatioita; niistä ilmeni harvoin konteksti, jossa käyttäjän tarpeet huomioidaan.

Olisi kiinnostavaa tutkia teknisen viestinnän kvalifikaatiovaatimuksia Suomessa. Tällöin tarkastelun kohteena voisi olla opetussuunnitelmien lisäksi teknisen vies-

tinnän alalta valmistuneiden opiskelijoiden käsitykset koulutuksen tuottamista kvalifikaatioista ja alan työnantajien näkemykset alan kvalifikaatiovaatimuksista. Myös esimerkiksi teknisen viestinnän alan työpaikkailmoitukset voisivat olla oiva tutkimuskohde.

Lähteet

Burnett, R. E. (2005). *Technical Communication*. 6. painos. Australia, Canada etc.: Thomson Wadsworth.

Fritz, M. (2006). Der Qualifikationsraum “Technische Kommunikation”. (Teoksessa: *Aus- und Weiterbildung für Technische Kommunikation*. Toim. Jörg von Hennig & Marita Tjarks-Sobhani. Lübeck: Verlag Schmidt-Römhild. 15–25).

Gurak, L. & Lannon, J. M. (2007). *A Concise Guide to Technical Communication*. New York, San Francisco etc.: Pearson Longman.

Hahn, H. P. (1996). *Technische Dokumentation leichtgemacht*. München, Wien: Carl Hanser Verlag.

Isohella, S. (1998). *Teknisen dokumentaation käyttäjälähtöisyys*. Vaasan yliopisto. Viestintätieteiden laitos. Pro gradu -työ.

Metsämuuronen, J. (1999). Pehmeät kvalifikaatiot sosiaali- ja terveysalan työssä ja ammatillisessa koulutuksessa. *Aikuiskasvatus* 99, 2, 140–150.

Opetusministeriö (2007). *Koulutus ja tutkimus vuosina 2007–2012. Kehittämissuunnitelma*. [Siteerattu: 28.1.2008]. Saatavissa: http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Koulutus/koulutuspolitiikka/asiakirjat/kesu_2012_fi.pdf.

Rainey, K. T., Turner, R. K. & Dayton, D. (2005). Do Curricula Correspond to Managerial Expectations? Core Competencies for Technical Communicators. *Technical Communication* 52, 3, 323–352.

Straub, D. (2006). Technische Redakteure immer qualifizierter. *Technische Kommunikation* 28, 6, 49–53.

Whiteside, A. L. (2003). The Skills that Technical Communicators Need: An Investigation of Technical Communication Graduates, Managers, and Curricula. *Journal of Technical Writing and Communication* 33, 4, 303–318.

Leena Salmi

Lokalisoinnin käsitteestä

This paper discusses the slightly different meanings the term ‘localisation’ has for people working within the ICT industry, for translators in different fields and for scholars within Translation Studies. Depending on one’s standpoint, the term can denote 1) one part in the globalisation process of a product, 2) an industry of its own, 3) a specialised field of translation activity, or 4) a translation strategy. In fact, some of the meanings are quite opposite: on the one hand, localisation can be seen as one type of translation activity, and on the other hand, translation can be seen as a part of the localisation process.

The paper also defines some of the concepts related to localisation, such as locale, internationalisation, globalisation, and translation.

Avainsanat: lokalisointi, internationalisointi, globalisointi, kääntäminen, käännösstrategia

1 Johdanto

Englanninkielinen termi *localisation* käännetään nykyisin informaatioteollisuuden ja käännösviestintään liittyvissä yhteyksissä yleensä suomeksi termillä *lokalisointi*, tuoreemmin myös *kotoistus*. Se on johdettu verbistä *localise/localize*, ’paikantaa’. Verbin yleiskielinen merkitys tarkoittaa siis sen selvittämistä, missä jotakin sijaitsee, ja substantiivin perusmerkitys on ’paikantaminen’ tai ’sijainti’. Kääntämiseen liittyvissä yhteyksissä sillä tarkoitetaan kuitenkin hieman eri asioita riippuen termin käyttäjän näkökulmasta. Käsittelen tässä artikkelissa lokalisointitermin eri merkityksiä sekä siihen läheisesti liittyviä globalisoinnin ja internationalisoinnin käsitteitä.

2 Lokalisointi informaatioteollisuudessa

Informaatioteollisuudessa termi lokalisointi otettiin käyttöön 1990-luvulla tarkoittamaan tietokoneohjelmistojen kääntämistä toiselle kielelle ja niiden muokkamista toiseen kulttuuriin soveltuviksi, siis jossakin toisessa paikassa käytettävik-

si¹. Englanninkielinen tietotekniikan sanakirja esimerkiksi määrittelee termin seuraavasti:

The action of tailoring a generic software product, such as an application package, by setting local parameters or configuration data. (Oxford Reference Online 2004)

Lokalisointiteollisuuden ammattilaisten, tuotevalmistajien ja palveluntarjoajien järjestön LISAn (2008) www-sivuilla lokalisointi määritellään seuraavasti:

Localization is the adaptation of a product to make it appropriate to the target locale (country/region and language) where it will be used and sold.

Määritelmässä esiintyvällä termillä *locale* (suom. *lokaali*) tarkoitetaan siis kielen ja kulttuurin yhdistelmää. Lokaaleja voivat olla esimerkiksi kieli, maa tai tietty maantieteellinen sijainti, kuten Brasiliassa puhuttava portugali, joka eroaa Portugalissa puhuttavasta, tai suomenruotsi.

Alan tutkija Irlannin Limerickissä toimivasta Localisation Research Centrestä puolestaan määrittelee lokalisoinnin olevan ”the cultural and linguistic adaptation of digital content to the requirements of a foreign market” (Schäler 2004). Tässä määritelmässä käytetään edellisiä yleisempää termiä *digitaalinen sisältö*. Se kattaa tietokoneiden ja www-sivujen lisäksi muitakin tuotteita, esimerkiksi kännykät, televisiovastaanottimet tai digisovittimet. Suomessa muun muassa Open Source -teknologioita ja -toimintamallia käyttävän liiketoiminnan kehittämisorganisaatio on ottanut käyttöön myös suomenkielisemmän nimityksen *kotoistus* (COSS 2008).

Informaatioteollisuudessa lokalisointi on siis **prosessi, jossa tuotteesta tehdään toisessa maassa, kulttuurissa ja kielessä toimiva**. Siihen sisältyy paitsi tuotteen kielen kääntäminen toiseksi, myös erilaisten kulttuurisidonnaisten esimerkkien muokkaus (osoitteet, symbolit jne.) sekä muiden kulttuurista ja kielestä toiseen vaihtelevien seikkojen muokkaus (esim. kellonaikojen ja päivämäärien esitystavat, mittayksiköt, merkistöt ja näppäimistön merkkien järjestys). Lähtökielenä on useimmiten englanti.

¹ Alkuvaiheessa lokalisoinnista käytettiin suomessa myös nimityksiä paikallistaminen (Kari 1993) ja kansallistaminen (Nieminen 1994).

2.1 Internationalisointi

Informaatioteollisuudessa lokalisointiin liittyy tiiviisti toinen käsite, *internationalisointi*. Jotta lokalisointi onnistuisi mahdollisimman helposti, tuote olisi jo kehitysvaiheessaan internationalisoitava. LISA (2008) määrittelee internationalisoinnin seuraavasti:

Internationalization is the process of designing a product so that it can be easily localized without the need for redesign. In other words, it is the process of designing and implementing a product which is as culturally and technically “neutral” as possible, and which can therefore easily be localized for a specific culture or cultures.

Internationalisoitavia asioita ovat esimerkiksi tietokoneohjelman kuvakkeissa käytetyt symbolit tai tekstissä käytetyt muotoiluesimerkit. Tavoitteena on tehdä niistä kulttuurista riippumattomia, esimerkiksi siten, että vaikkapa tekstinkäsittelyohjelman sisällysluettelon tekemistä käsittelevässä ohjeeseen liittyvässä sisällysluettelon mallissa käytetään latinankielistä tekstiä.

Teknisellä tasolla tietokoneohjelman internationalisointi tarkoittaa, että lokaalispezifinen tieto (käännettävät tekstit) irrotetaan ohjelmasta erilliseksi resurssiksi (yleensä erilliset tiedostot), jota voi muokata ilman ohjelmointia. Jos internationalisointi on tehty hyvin, lokalisointi ei vaadi lainkaan ohjelmointia.

2.2 Globalisointi

Kolmas lokalisointiin ja internationalisointiin liittyvä käsite on *globalisointi*, joka LISAn (2008) www-sivuilla määritellään seuraavasti:

Globalization refers to all enterprise activities necessary to conduct international business and make an organization truly global. Globalization impacts all areas of an organization’s operations, including sales and marketing, product development, and customer support. At the technical level in product development, globalization includes internationalization and localization.

Globalisointi tarkoittaa siis edellisiä laajempaa prosessia, joka sisältää internationalisoinnin, ohjelmointia, lokalisoinnin eri lokaaleille (tuotteen specialisoinnin), käännöstyötä ja niin edelleen. Informaatioteollisuuden näkökulmasta lokalisointi on yksi tuotekehityksen vaihe, joka sijoittuu tuotekehityssyklin loppupäähän. Aiemmin lokalisointi aloitettiin sen jälkeen, kun ohjelmisto oli saatu valmiiksi ja

alkuperämaan markkinoille; nykyään lokalisointi alkaa jo paljon aiemmin, koska tavoitteena on erikielisten tuotteiden saaminen markkinoille yhtä aikaa alkukielisen (useimmiten englanninkielisen) version kanssa.

Informaatioteollisuuden näkökulmasta globalisointi, lokalisointi ja kääntäminen voidaan nähdä ympyräkuviona, jonka sisuksessa on kääntäminen, sen ympärillä lokalisointi ja uloimpana globalisointi. Niistä käytetään usein lyhennettä GILT (engl. *globalisation, internationalisation, localisation, translation*). Lisäksi termit lyhennetään usein ottamalla niiden ensimmäinen ja viimeinen kirjain ja ilmoittamalla väliin jäävien kirjainten määrä (G11N, I18N, L10N).

3 Lokalisointi teollisuuden alana

Lokalisointi on myös oma **teollisuuden alansa** (engl. *industry*), jonka liikevaihdon arvioitiin vuonna 2005 olleen 8,8 miljardia dollaria (Beninatto & DePalma 2005). Yritysten globalisoituessa ja kieliversioiden määrän kasvaessa lokalisoinnista on kehittynyt niin laajamittaista toimintaa, että suurten ohjelmisto- ja muiden vastaavien tuotteiden valmistajien ei enää kannata teettää sitä talon sisäisin voimin, vaan ne ovat ulkoistaneet lokalisoinnin (Esselink 2006: 24).

Lokalisointiala työllistääkin kasvavan määrän käännöstoimistoja ja muita kieli- palveluiden tarjoajia (engl. *language service provider*). Niissä työskentelee paitsi kääntäjiä, myös lokalisoijia tai lokalisointikoordinaattoreita, jotka eivät itse käännä vaan huolehtivat yhden tuotteen jopa kymmenien eri kieliversioiden käännättämisestä, aikataulutuksesta, materiaalin jakelusta, projektinhallinnasta ja käännettyjen kieliversioiden testaamisesta.

4 Lokalisointi kääntämisen alana

Luvussa 2 esitetyssä informaatioteollisuuden näkökulmassa ”perinteisen” käännöstyön, siis tuotteeseen sisältyvien erilaisten tekstien kääntämisen, katsotaan olevan osa lokalisointia. Erilaisilla teksteillä tässä tarkoitetaan esimerkiksi tietokoneohjelman tai matkapuhelimen käyttöliittymän tekstejä tai online-ohjeen tai käyttöoppaan tekstejä. Kääntämisellä tarkoitetaan siis tekstien muuttamista toiselle kielelle. Kääntämisen nähdään olevan ”just a linguistic process”, kuten Brooks (2000: 43–44) kertoo Microsoftin pääjohtajan Bill Gatesin 1990-luvun alkupuolella nimittäneen lokalisointia ihmetellessään sitä, miksi siihen kuluu niin paljon rahaa. Brooks (2000: 45) toteaaakin myöhemmin artikkelissaan, että kun kulujen

kohteita ryhdyttiin selvittämään, niiden havaittiin johtuvan juuri siitä, että lokalisointi *ei* ole pelkästään kielellinen prosessi. Ainoastaan 35 prosenttia kuluista tuli kääntämisestä. Muut kulut aiheutuivat kieliversioiden testauksesta (28 %), lisäohjelmoinnista, jota piti tehdä, jotta ohjelmien kaikki erikieliset versiot toimisivat (20 %), sekä projektinhallinnasta (17 %).

”Pelkkä kielellinen prosessi” on kuitenkin edelleen yleisesti vallalla oleva niin sanottu maallikkokäsitys kääntämisestä, siis ajatus siitä, että kääntäminen olisi ”mekaaninen prosessi, jossa yhden kielen sanat korvataan toisen kielen sanoilla ja johon pystyy vaivatta jokainen vierasta kieltä jonkin verran hallitseva sanakirjan omistaja” (Tommola 2003: 10). Kääntäminen ei kuitenkaan ole pelkkää sanojen panemista peräkkäin. Ammattimainen kääntäminen on myös vaativampaa kuin mikä tahansa arkipäiväinen kielenkäyttö ja vaatii kielitaidon lisäksi myös käännöstekniikan hallintaa, käännöstaitoa (emt.).

Käännöstieteessä kääntämiseen katsotaan lisäksi *aina* kuuluvan kulttuuriin liittyvien seikkojen huomioon ottaminen. Jos kääntämistä tarkastellaan kulttuurienvälisen viestinnän toimintana, se ei tapahdu koskaan tyhjiössä, vaan liittyy aina johonkin tilanteeseen, ja läsnä on aina vähintään kaksi eri kulttuuria. Kieltä ei ole olemassa kulttuurittomassa tyhjiössä. Siksi käännöstieteen näkökulmasta lokalisoinnin nähdään olevan **erikoisalan kääntämistä**, johon liittyy viestin kielellisen ja kulttuurillisen muokkaamisen lisäksi teknistä muokkaamista (kuten edellä mainitut mittayksiköiden, merkistöjen yms. mukauttaminen). Muita esimerkkejä erikoisalan kääntämisestä ovat vaikkapa juridisten tai lääketieteen tekstien kääntäminen tai audiovisuaalinen (televisio-ohjelmien ja elokuvien) kääntäminen. Tätä näkemystä myös puoltaa luvussa 3 esitetty näkemys lokalisoinnista omana alanaan.

5 Lokalisointi käännösstrategiana: EU-kääntäminen

Uusin lokalisointi-termin merkitys on sen ottaminen käyttöön muilla kääntämisen alueilla. Yksi Viestinnän tutkimuksen päivien työryhmistä oli nimeltään ”EU viestii – kuuleeko kansa?”. Työryhmän esitelmissä ja keskusteluissa termi esiintyi tässä, eri alalle lainatussa merkityksessään, tarkoittamassa viestin muokkaamista kohdeyleisölle sopivaksi, esimerkkinä Euroopan komission Brysselissä laadittujen lehdistötiedotteiden muokkaaminen kuhunkin EU-maahan ja sen kulttuuriin paremmin sopiviksi.

Lokalisointi-käsitteen käytön laajentaminen myös EU-yhteyteen toimii kyllä, sillä myös EU:ta voidaan pitää eräänlaisena esimerkkinä internationalisoidusta ympä-

ristöstä. Vaikka sen toimintamalleissa on alun perin kaikuja perustajajäsenten lainsäädännöstä, sillä on omat erityiset toimielimensä, jotka eivät suoraan vastaa minkään jäsenvaltion elimiä. Erityisesti Euroopan komissio on määritelty jäsenvaltioista riippumattomaksi toimielimeksi, jonka ”tehtävänä on edustaa ja ajaa koko EU:n etua” (Näin Euroopan unioni toimii 2006: 20). EU:n virallisiksi kieliksi on määritelty kaikkien jäsenvaltioiden viralliset kielet, ja asetukset ja muut yleisesti sovellettavat säädökset laaditaan näillä kielillä (Neuvoston asetus nro 1, 1958). Näin siis mikään yksittäinen kieli tai kulttuuri ei ole ”lainvoimaisempi” kuin jokin toinen, vaan kaikki ovat keskenään samanvertaisia. Tämä on hyvin lähellä internationalisoinnin luvussa 2.1 esitettyä ”kulttuurisesti mahdollisimman neutraalin” määritelmää. Tietty neutraalius näkyy jopa komission virkamiesten esiintymisessä: esimerkiksi komission käännöstoimen pääosaston suomalaissyntyinen pääjohtaja Karl-Johan Lönnroth käytti taannoin Suomessa pitämässään esitelmässä komissiosta puhuessaan pronominia ”me” ja suomalaisista puhuesaan pronominia ”te” (Lönnroth 2007).

Toinenkin yhteys EU-kääntämisellä on lokalisointiin kääntämisen alana (ks. luku 4): niin tietokoneohjelmien, matkapuhelinten kuin EU-lainsäädännönkään yhteydessä kääntäjän nimi ei ole näkyvissä. Tekijänoikeus niin lähtötekstiin kuin sen käännökseen on tekstin julkaisijalla. Kummassakaan yhteydessä ei usein myöskään puhuta lähtötekstistä ja tuloteksteistä tai käännöksistä, vaan *kieliversioista* (tietokoneohjelmat) tai *toisinoista* (EU-lainsäädäntö). Mistään ei myöskään näy, mikä lähtökieli on ollut.

Käännöstieteen termein lokalisointia voikin EU-lokalisoinnissa tarkoitettussa merkityksessä pitää **käännösstrategiana**. Kääntämisen opetussanastossa käännösstrategia määritellään seuraavasti:

käännöksen toteuttamiseen tähtäävä yhtenäinen toimintasuunnitelma, jonka kääntäjä valitsee kussakin käännöstilanteessa sen perusteella, millaiseen käännökseen hän pyrkii. -- Käännösstrategia tarkoittaa kääntäjän yleistä suhtautumista koko käännettävään tekstiin. (Delisle, Lee-Jahnke & Cormier 2001)

Esimerkkinä käännöstilanteen mukaan valitusta strategiasta Delisle, Lee-Jahnke ja Cormier (2001) mainitsevat käännöksen adaptoimisen kohdeyleisölle. Juuri kohdeyleisölle adaptoimisesta on kyse EU-lokalisoinnissa.

Lokalisointia voidaan myös käännöstieteilijä Lawrence Venutin (1995) termein pitää esimerkkinä *kotouttavasta* käännösstrategiasta (engl. *domestication*). Kyseessä on siis eri asia kuin edellä mainittu, lokalisoinnin suomenkielisenä terminä

käytetty *kotoistus*. Termi 'kotouttava' on johdettu verbistä *kotouttaa*, jolla tarkoitetaan maahanmuuttajien sopeuttamisesta uuteen yhteiskuntaan.

6 Yhteenvedo

Edellä esitettyjen esimerkkien valossa lokalisointi-termillä voidaan siis tarkoittaa tuotteen globalisointiprosessin osaa, omaa teollisuudenalaansa, erikoisalan kääntämistä tai käännösstrategiaa. Se voidaan nähdä jopa vastakkaisissa merkityksissä: informaatioteollisuuden näkökulmasta lokalisointi on prosessi, joka sisältää kääntämisen, kun taas käännöstieteen näkökulmasta kääntäminen on toimintaa, jonka yksi alalaji on lokalisointi. Voidaan siis toisaalta sanoa, että kääntäminen on osa lokalisointia ja toisaalta, että lokalisointi on osa kääntämistä.

Kääntämisen näkeminen mekaaniseksi mutta ”valitettavasti välttämättömäksi” osaksi sitä ”paljon tärkeämpää” lokalisointiprosessia kertoo muiden kuin kääntämisen ammattilaisten maallikkokäsityksistä: kuka tahansa, joka osaa kahta kieltä, osaa myös kääntää. Käsitys on virheellinen, mutta ymmärrettävä siksi, että kieltä käyttävät kaikki, ja useimmat myös osaavat jotain vierasta kieltä. Siksi kääntämistä ei mielletä erikoisosaamisen alueeksi samoin kuin vaikkapa lääkärin tai juristin taitoja. Maallikoidenkin kokemukset esimerkiksi epäkelvoista käyttöohjeista kuitenkin osoittavat, että kääntämiseenkin vaaditaan ammattitaitoa.

On normaalia, että samoilla termeillä on eri sisältöjä, erityisesti kun on kyse eri elämäntiloista. Tieteessä voidaan käyttää samaa termiä samallakin alalla eri merkityksissä. Tärkeintä molemmissa tapauksissa on kuitenkin määritellä käytettyjen termien merkitykset sekä havaita tilanteet, joissa sama termi tarkoittaa eri asiaa eri puhujien puheessa.

Lähteet

Oxford Reference Online (2004). *Localization. A Dictionary of Computing*. Oxford University Press. [Siteerattu: 27.1.2008]. Saatavissa: <http://www.oxfordreference.com/views/ENTRY.html?subview=Main&entry=t11.e2963>.

Beninato, R. & DePalma, D. A. (2005). *Ranking of Top 20 Translation Companies*. [Siteerattu: 23.10.2007]. Saatavissa: http://commonsenseadvisory.com/members/res CGI.php/050701_QT_top_20.php.

Brooks, D. (2000). What Price Globalization? Managing Costs at Microsoft. (Teoksessa: *Translating into Success. Cutting-edge Strategies for Going Multilingual in a Global Age*. Toim. Robert C. Sprung. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins. 43–57).

COSS (2008). *Kotoistus*. [Siteerattu: 27.1.2008]. Saatavissa: <http://www.coss.fi/web/coss/developers/localization>.

Delisle, J., Lee-Jahnke, H. & Cormier, M. (toim.) (2001). *Kääntämisen opetus-sanasto*. Suom. Riina Kosunen & Susanne Väisänen. Turku: Turun yliopisto. [Siteerattu: 27.1.2008]. Saatavissa: <http://vanha.hum.utu.fi/centra/pedaterm/>.

Esselink, B. (2006). The Evolution of Localization. (Teoksessa: *Translation Technology and its Teaching (with much mention of localization)*. Toim. Antony Pym, Alexander Perekrstenko & Bram Starink. Tarragona: Intercultural Studies Group. 22–29). [Siteerattu: 3.2.2008]. Saatavissa: http://isg.urv.es/publicity/isg/publications/technology_2006/index.htm.

LISA (2008). *Frequently Asked Questions about LISA and the Localization Industry*. [Siteerattu: 27.1.2008]. Saatavissa: <http://www.lisa.org/info/faqs.html>.

Lönnroth, K.-J. (2007). Euroopan Unionin monikielisyys-strategia. Esitelmä KITES-symposiumissa, 25.10.2007, Kouvola.

Neuvoston asetus N:o 1 (1958). *Asetus Euroopan talousyhteisössä käytettäviä kieliä koskevista järjestelyistä*. [Siteerattu: 3.2.2008]. Saatavissa: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31958R0001:FI:HTML>.

Nieminen, L. (1994). *Maniement d'un logiciel de traitement de texte et ses deux traductions*. Turun yliopisto. Kääntäjänkoulutuslaitos. Pro gradu -työ.

Näin Euroopan unioni toimii (2006). *Opas unionin toimielimiin*. Luxemburg: Euroopan yhteisöt. [Siteerattu: 3.2.2008]. Saatavissa: http://ec.europa.eu/publications/booklets/eu_glance/53/index_fi.htm.

Schäler, R. (2004). The three pillars of localisation. (Teoksessa: *Jahrestagung 2004 in Wiesbaden*. European Information Development konferenssin julkaisu. 59–61).

Tommola, J. (2003). Muoto ja merkitys kääntämisessä ja tulkkausessa. (Teoksessa: *Kieli ja kulttuuri kääntäjän työvälineinä*. Toim. Jorma Tommola. Turun yliopisto: Englannin kielen kääntäminen ja tulkkaus. 9–24).

Venuti, L. (1995). *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. London & New York: Routledge.

Tytti Suojanen

Informaatiotyypit ja käytettävyys 1950-luvun suomalaisissa käyttöohjeissa

Modern technology and forms of communication are changing, which places new challenges on the ways in which we perceive the user. I will stretch this starting point further, not by trying to vision the future, but by reflecting on the past. Nowadays we have at our disposal a variety of techniques for evaluating and producing technical documents, and the field of technical communication has also matured as a whole. This change should be visible in modern vs. older documentation. In my paper, I will take a look at Finnish technical documentation from the 1950s to see how the user is taken into consideration. Ten documents were selected and studied making use of information typologies. The rationale behind this was that the employment of different information types has an important bearing on the overall usability of documentation. The results suggest that conceptual information is the dominant information type, which reflects negatively on the usability of the documentation. However, to balance this, the use of some style elements reveals an approach to the user that aims to be polite and considerate.

Avainsanat: informaatiotyypit, käyttöohjeet, tekninen viestintä, käytettävyys

1 Johdanto

Teknisen viestinnän kenttää leimaavat tunnetusti nopeat muutokset, oli sitten kyse organisaatorakenteista, dokumentoitavasta teknologiasta tai käytettävistä työkaluista. Nämä tilannetekijät muokkaavat työn tekemisen tapoja, asettavat uusia vaatimuksia alan koulutukselle ja vaikuttavat siihen, miten ja minkälaista teknistä dokumentaatiota tuotetaan. Ala on siis luonteeltaan vahvasti eteenpäin ja tulevaisuuteen orientoituva. Minkä tahansa alan kannalta on kuitenkin syytä katsoa myös taaksepäin, historiaan, jotta ymmärtäisimme, miten tähän päivään on tultu. Kansainvälinen teknisen viestinnän historian tutkimus on hyvin yhdysvaltalais- ja englantikeskeistä. Esimerkiksi teknisen viestinnän yhdysvaltalaisista historiaa tutkinut Schriver (1997: 14–15) toteaa, että tietämys alan kehityskulusta eri maissa on niukkaa ja lisätutkimukselle on selkeä tarve. Myös Suomen tilanteen osalta on paljon vastausta vailla olevia kysymyksiä: mitä alalla on tapahtunut, milloin ja

miksi, keitä tekijät ovat olleet, mitä ja miten dokumentaatiota on tuotettu, ja miten tämä kaikki heijastelee suomalaisen yhteiskunnan kehitystä yleensä.

Edellä mainittujen kysymysten joukosta tässä artikkelissa käsitellään yhtä pientä yksityiskohtaa: miten 1950-luvun suomalaisissa teknisissä dokumenteissa otetaan huomioon käyttäjä ja hänen tarpeensa? Aihetta lähestytään käyttämällä hyväksi informaatiotyyppejä, jotka ovat merkittävä dokumentaation käytettävyyden osaluaisiin, kuten tehokkuuteen ja miellyttävyyteen (esim. Purho 2000), vaikuttava tekijä. Van der Meij ja Gellevij (2004: 5) toteavatkin osuvasti, että informaatiotyypit ovat yksi informaatiosuunnittelun kulmakivistä. Helsingin yliopiston kirjaston pienpainatekokoelmasta kerätystä käyttöohjemateriaalivarannosta (N=330) valittiin aineistoksi kymmenen 1950-luvulla julkaistua, erilaisia kotitalouskoneita dokumentoivaa käyttöohjetta. Tavoitteena oli saada selville, miten käyttäjän tarpeet on otettu huomioon informaatiotyypin valinnassa ja näkykö niissä Markelin (1996: 7) mainitsema tuoteorientoitunut dokumentointistrategia. Alalla valitsevan yleisenkin käsityksen mukaan teknisen viestinnän alkuaikoina 1950-luvulla dokumentaatiota kirjoitettiin tuotelähtöisesti, kun taas 1980-luvun lähestyessä alettiin siirtyä käyttäjä- ja tehtävälähtöiseen dokumentointiin, mikä sananmukaisesti ottaa jo lähtökohdaksi käyttäjän tarpeet ja sen, mitä hän haluaa tuotteella tehdä.

2 Informaatiotyypittely

Informaatiota on tyypitelty teknisen viestinnän tarpeisiin monin eri tavoin. Esimerkiksi Hackosin ja Stevensin (1997: 53–66, ks. myös Pohjola 2007) yleisen tason typologiassa jaotellaan informaatio neljään eri kategoriaan. *Vaihteellinen tieto* kuvailee sananmukaisesti niitä vaihteita, joita käyttäjän on suoritettava päätökseen päämääränsä. *Kuvaileva tieto* antaa selityksiä, määritelmiä ja teoreettista tietoa, joka auttaa käyttäjää sijoittamaan vaihteittaisen tiedon oikeaan kontekstiin. *Taustatietoa* ovat esimerkiksi tilastot, tuloslaskelmat ja taulukot, joita käyttäjä voi tarvita satunnaisesti. *Harjoittava tieto* on tarkoitettu käyttäjille, jotka tehtävän suorittamisen lisäksi haluavat perehtyä syvällisemmin käsillä olevaan tehtävään ja löytää luovia tapoja suorittaa tehtävä. Dokumentaation tuottamisen teknologioita ajatellen pioneerityötä informaatiotyypittelyssä edustaa Robert E. Hornin 1960-luvulla kehittämä Information Mapping™ -menetelmä, joka sisältää tietyt informaation tehokkaan organisoinnin periaatteet ja hyödyntää seitsemää informaatiotyyppeä (Information Mapping™ 2001). Nykyisin monet yritykset suosivat rakenteista kirjoittamista ja esimerkiksi Darwin Information Typing Architecture-menetelmää, DITAa (Information Mapping™ 2001), eli XML-pohjaista, modu-

laarisen dokumentaation kirjoittamiseen, tuottamiseen ja jakeluun kehitettyä informaatioarkkitehtuuria. DITAssa dokumentti koostuu aiheista (*topic*) ja kullakin aiheella on oma informaatiotyyppinsä: ydininformaatiotyypit ovat käsite (*concept*), tehtävä (*task*) ja taustatietoaihe (*reference topic*). (Darwin Information Typing Architecture 2001) Tämänkaltaisten yleisen tason informaatiotyyppittelyiden lisäksi eri tutkijat ovat perehtyneet eri informaatiotyyppien sisäiseen logiikkaan ja rooliin käyttäjän kannalta. Tässä tarkemmin esille otettavat informaatiotyypit ovat *vaiheittainen tieto* sekä *kuvaileva tieto*, sillä niiden voidaan katsoa olevan tärkeimmät ja yleisimmät informaatiotyypit teknisessä dokumentaatioissa. Käyttämällä hyväksi näitä informaatiotyyppejä aineiston analyysissä päästään myös tämän artikkelin alussa mainittuun tavoitteeseen.

Käyttäjät yleensä lukevat ohjeita, koska he haluavat tietää, miten heidän tulee toimia saadakseen jokin laite toimimaan. Vaiheittaiselle tiedolle on tyypillistä toimintakeskeisyys ja toiminnan tulokset, toimintaverbit, imperatiivi, suhteellisen lyhyet toimintavirkkeet, tehtäväsarjat, suora tyyli sekä jos-sitten-rakenteet. (Karreman, Ummelen & Steehouder 2005: 329–330) Jos tehtäväsarjassa on useampi kuin yksi vaihe, suositellaan vaiheiden numerointia, mikä edistää tehtäväsarjan tunnistamista, vähentää virheiden määrää ja nopeuttaa lukemista (Price & Korman 1993: 234; Ganier 2004: 23). Selityksiä ja tärkeiden termien määrittelyitä tarjoavalle kuvailevalle tiedolle on puolestaan tyypillistä narratiivinen leipätekstimuoto, modaaliverbit, suhteellisen pitkät faktalauseet, epäsuora tyyli ja määritteet. Kuvaileva tieto auttaa käyttäjää muodostamaan selkeämmän mentaalisen representaation laitteesta. (Karreman, Ummelen & Steehouder 2005: 330, 328)

3 Aineiston analyysi

Aineisto koostui 1950-luvun käyttöohjeista, jotka dokumentoivat seuraavia kotitalouskoneita: sähköliesi (1952 Slev), pesukone (1953 UPO), pöytäkangaspuut (1953 Normalo), pesukone (1954 Helkama), ompelukone (1954 FREIA/Konetuote Oy), pikakeitin (1957 KOPE), jääkaappi (1958 Frigidaire/Multor), käsivatkain (1958 Kenwood), grilli (1959 POPULAR/SKS Suomalainen Kone) ja jääkaappi (1959 Bolinder/Rosenlew). Vaikka edellä läpikäytyt vaiheittaisen ja kuvailevan tiedon ominaisuudet vaikuttavat selkeiltä, niiden erottaminen toisistaan jopa näin pienessä aineistossa ei ole kovin yksinkertaista. Esimerkiksi jonkin toiminnan tulos voidaan määritellä vaiheittaiseksi tiedoksi, mutta tekstissä saatetaan myös luonnehtia tätä toiminnan tulosta selittämällä laitteen toimintaa (Karreman, Ummelen & Steehouder 2005: 330). Aineisto käytiin läpi lause lauseelta ja kappale kappaleelta käyttäen edellä esiteltyjä informaatiotyypp-

pien piirteitä kriteerinä. Näin aineistosta muodostui informaatiotyyppiblokkeja, joiden pituudet vaihtelivat yhdestä lauseesta useisiin kappaleisiin. Analyysistä kävi ilmi, että kuvaileva informaatiotyyppi dominoi aineistoa selvästi. Dokumentaatio oli suunniteltu ja toteutettu tuoteorientoituneesti silloinkin, kun käyttäjän olisi pitänyt suorittaa jokin tehtävä, kuten esimerkissä 1:

(1) Kenwood Minor'iin liittyvä seinäteline kiinnitetään seinään mahdollisimman lähelle pistorasiaa. Sekoitin, vispilät ja sähköjohto ripustetaan telineeseen kuvan osoittamalla tavalla. (Käsivatkain, Kenwood 1958)

Esimerkin 1 kaltaisissa ohjeissa käytettiin passiivia ja epäsuoraa tyyliä, vaikka sisällöllisesti ne antavat käyttäjälle ohjeen toimia tietyllä tavalla. Aineistosta havaittiin myös äkillisiä siirtymiä vaiheittaisen ja kuvailevan informaatiotyypin välillä, mikä saattaa vaikeuttaa tuotteen käyttöä ja tekee dokumentaatiosta epäyhte-näistä, kuten esimerkissä 2:

(2) Lämmittäkää uuni sekä ylä- että alaelementillä 325-350°:een. Senjälkeen gratineerataan ainoastaan yläelementti kytkettynä. (Sähköliesi, Slev 1952)

Kuvailevan tiedon ylliedustus ei sinänsä ole tuloksena mitenkään yllättävä, mutta kysymys liittyy johdannossa mainittuun laajempaan ja periaatteelliseen teknisen viestinnän kysymyksenasetteluun. Kansainvälisen teknisen viestinnän kirjallisuudesta saamme lukea, että alalla on tapahtunut siirtymä tuoteorientoituneesta dokumentoinnista käyttäjä- ja tehtävälähtöiseen kirjoittamiseen. Tällaisesta siirtymästä ei kuitenkaan Suomen osalta ole mitään tekstuaalista evidenssiä. Onkin mielenkiintoista tutkia laajempaa materiaalia käyttäen, milloin tällainen siirtymä on tapahtunut, jos sellaista on tapahtunut lainkaan. Näinkin voi olla, koska nähdäkseni teknisen viestinnän suomalaisessa kentässä on kaksi rinnakkaista linjaa, joita voitaisiin ehkä sanoa jo perinteiksi. Ensimmäistä ja vanhempaa perinnettä voitaisiin kutsua *insinööriperustaiseksi dokumentoinniksi*: monilla insinöörilähtöisen luokituksen saaneilla dokumentointi on ollut ja on osa heidän työtehtäviään, ja alan ammattilaisia on myös siirtynyt puhtaasti dokumentointitehtäviin. Toista, uudem-paa perinnettä voisi kutsua *humanistiperustaiseksi dokumentoinniksi*: ohjelmisto-dokumentaation nousun myötä noin 1980-luvulta lähtien englanti on noussut yhä tärkeämmäksi dokumentointikieleksi suomalaisissa yrityksissä, jotka etsivät hu-

manistisen koulutuksen saaneita kieliammattilaisia teknisen viestinnän tehtäviin.¹

Vaikka kuvailevan tiedon ylivalta aineistossa oli selkeä, siitä havaittiin joitakin tyylikelementtejä, jotka hieman tasapainottivat tilannetta parantaen ohjeiden käytettävyyttä. Näitä olivat 1) käyttäjän korostunut puhuttelu ja rohkaisu, 2) suostuttelu ja motivointi ja 3) käyttäjän profilointi. Esimerkissä 3 käyttäjä on läsnä puhuttelun ja rohkaisun kautta:

(3) Olemme toimittaneet tämän opaskirjasi voidaksenne ennen FREIA'n käyttöä tutustua uuteen ystäväänne, josta tulee sitä pitempiaikaisempi, mitä huolellisemmin sitä hoidatte ja ompelette sillä OIKEIN. Tämä kirjanen opastaa Teidät perusteellisesti FREIA'n salaisuuksiin, jotka - kuten tulette huomaamaan - eivät olekaan niin monimutkaiset, kuin alussa ehkä tuntui. (Ompelukone, FREIA/Konetuote Oy 1954)

Kaiken kaikkiaan käyttäjän puhuttelussa käytetään eniten monikon toista persoonaa nykykäytännöstä poiketen, mutta kolmessa dokumentissa esiintyy epäjohdonmukaisesti sekä *te-* että *sinä-*muotoa.

Toinen tyylikelementti on suostuttelu ja käyttäjän motivointi toimia tietyllä tavalla (ks. esimerkit 4 ja 5):

(4) Mitä voitte itse tehdä ennenkuin kutsutte Frigidaire-asentajan. Jos Frigidaire-jääkaappinne tulee jotain häiriötä, teette itsellenne palveluksen tarkistaessanne ensin, jos häiriö mahdollisesti on Teidän korjattavissanne. Monien vuosien kokemus on osoittanut, että näin on asianlaita ollut hämmästyttävän monessa huoltoilmoitustapauksessa. Jos noudatatte alla olevia neuvoja, kun kaappinne tuntuu olevan epäkunnossa, säästytte turhilta kuluilta ja vaivoilta. (Jääkaappi, Frigidaire /Multor 1958)

(5) KOPE-pikakeitin on täysin vaaraton mikäli käyttöohjetta seurataan. Huolimattomassa hoidossa varsinainen venttiili saattaa tukkeutua ja paine nousta liian korkeaksi, mutta tällöin kannessa oleva varmuusventtiili avautuu ja päästää liian paineen pois. (Keitin, KOPE 1957)

Näissä esimerkeissä käyttäjää suostutellaan noudattamaan käyttöohjeessa annettuja neuvoja kertomalla, mitä hyvää tai huonoa siitä seuraa.

¹ Suomen tekniset dokumentoijat ry:n (STD) piirissäkin on keskusteltu siitä, kuinka nämä kaksi perinnettä eivät meillä vielä kohtaa, esimerkiksi STD:n jäsenkunta edustaa paljolti jälkimmäistä perinnettä, ja yritykset suosivat pääasiassa vain jommankumman perinteen edustajia, vaikka monipuolisten tiimien käytössä olisi löydettävissä synergiaetuja.

Kolmas tyylielementti on käyttäjän profilointi esimerkin 6 tapaan:

(6) Olette nyt Bolinder-jääkaapin omistaja. Keittiössänne on apulainen, joka palvelee Teitä väsymättä päivästä toiseen kaikkina vuodenaikoina. Yhä useammat perheenemännät ovat jo todenneet miten jääkaappi helpottaa taloustyötä ja säästää aikaa. (Jääkaappi, Bolinder/Rosenlew 1959)

Tässä aineistossa profilointi siis ilmeni käytännössä suorana kommenttina siitä, että tuotteen käyttäjä on perheenemäntä.

4 Lopuksi

Vaikka informaatiotyyppeiden valinta aineistossa ei tue käyttäjän tarpeita niin hyvin kuin voisi, käyttäjän rohkaisun, suostuttelun ja motivoinnin sekä profiloinnin käyttö tyylielementteinä osallistavat käyttäjää tutkitussa dokumentaatioissa. Nämä osallistavat keinot parantavat käyttöohjeiden käytettävyyttä ja tasapainottavat tuoteorientoitunutta dokumentointistrategiaa. Nähtäväksi jää, missä vaiheessa, jos lainkaan, tämä strategia muuttuu suomalaisissa kotitalouskoneiden käyttöohjeissa.

Lähteet

Darwin Information Typing Architecture (DITA) (2001). *A research note by Namahn*. [Siteerattu: 2.10.2007]. Saatavissa: <http://www.namahn.com/resources/notes.htm>.

Ganier, F. (2004). Factors Affecting the Processing of Procedural Instructions: Implications for Document Design. *IEEE Transactions on Professional Communication* 47, 1, 15–26.

Hackos, J. T. & Stevens, D. M. (1997). *Standards for Online Communication*. New York: John Wiley & Sons.

Information Mapping™ (2001). *A research note by Namahn*. [Siteerattu: 2.10.2007]. Saatavissa: <http://www.namahn.com/resources/notes.htm>.

Karreman, J., Ummelen, N. & Steehouder, M. (2005). Procedural and Declarative Information in User Instructions: What We Do and Don't Know About These Information Types. *IEEE International Professional Communication Conference Proceedings*, 328–333.

Markel, M. (1996). *Technical Communication. Situations and Strategies*. 4. painos. New York: St. Martin's Press.

Pohjola, T. (2007). Miltä tieto näyttää? Informaatiotyypit ja niiden visuaalinen asu käyttöoppaissa. Tampereen yliopisto. Kieli- ja käännöstieteiden laitos. Pro gradu -työ. [Siteerattu: 4.1.2008]. Saatavissa: <http://tutkielmat.uta.fi/tutkielma.phtml?id=17172>.

Price, J. & Korman, H. (1993). *How to Communicate Technical Information. A Handbook of Software and Hardware Documentation*. Reading, Mass: Addison-Wesley.

Purho, V. (2000). Heuristic Inspections for Documentation - 10 Recommended Documentation Heuristics. *Usability Interface* 6, 4. [Siteerattu: 20.9.2007]. Saatavissa: <http://www.stcsig.org/usability/newsletter/0004-docsheuristics.html>.

Schraver, K. A. (1997). *Dynamics in Document Design. Creating Texts for Readers*. New York: John Wiley & Sons.

Van der Meij H. & Gellevij, M. (2004). The Four Components of a Procedure. *IEEE Transactions on Professional Communication* 47, 1, 5–14.

Isa Ågren & Ullakaisa Kantojärvi

Laying the foundations: Supporting users in finding technical information

Tämän artikkelin taustalla on ajatus, että tekninen tieto, jota kukaan ei löydä, on arvotonta. Artikkelissa käsitellään yleisiä tiedon löytämisen ongelmia, joihin tiedon käyttäjät törmäävät etsiessään tarvitsemiaan yksityiskoh- tia, ohjeita tai kuvauksia teknisistä dokumenteista. Teknisten viestijöiden ymmärtämys käyttäjistä ja heidän tiedontarpeistaan näyttää vaativan syven- tämistä, joten artikkelissa esitellään muutamia käyttäjälähtöisyyden yleispe- riaatteita sekä ehdotetaan käyttäjäanalyysia lääkkeeksi teknisten viestijöiden tiedonpuutteeseen. Artikkelisi sisältää myös käytännönläheisiä neuvoja tiedon tuottajille helpottamaan tiedon hakemista ja löytymistä tiedonkäyttötilan- teessa.

Tiedon löytymiseen liittyvässä problematiikassa on kyse myös yrityskuvan- ta. Jos tekninen dokumentti on mutkikas ja vaikea ymmärtää tai jos tiedon käyttäjän on lähes mahdotonta löytää vastauksia kysymyksiinsä, dokumen- taatio on laadultaan heikkoa. Huonolaatuinen dokumentaatio leimaa helpos- ti koko yrityksen ja sen tuotteet yhtä huonolaatuisiksi.

Tässä artikkelissa esitetyt ajatukset ovat jo vuosikymmenten ajan olleet tek- nisen viestinnän alalla yleisesti tunnettuja, mutta todella lukijalähtöisen do- kumentaation löytäminen on edelleen valitettavan harvinaista.

Keywords: information architecture, information retrieval, schema, usability, user analysis

1 Aims and background

Information you cannot find is as good as information that does not exist. This basic assumption is the starting point for this paper, which presents an outline for understanding the users and their needs of finding information. The paper also aims to provide some practical advice on creating user-centred content: how to support users in finding information, for example, by means of organising the information correctly.

If the users fail in their task of finding information, this also affects the brand im- age. The technical documentation should provide information in a way that is

easily accessible and easy to understand. Otherwise, it will give an unattractive image to the company and their product brand. As Morville puts it (2005: 104), “No matter how pretty the logo, if users can’t find what they need, the brand is damaged.”

The thoughts presented here are well known in the field of technical communication, but the challenge still remains: how to create genuinely user-centred information.

2 Users of technical information and the problems they experience

If we can talk about a typical user of technical information, then that user would most likely be goal-oriented and busy in his search for information. This means that s/he is impatient and wants results quickly.

The most common problems users experience when trying to find information are: information overload, inconsistently or incorrectly named information, and last, but not least, content that focuses on what the product is and not on how to use it.

Users of technical information want the content to give answers to their questions, and those questions are most frequently on how to solve problems. This information should enable the users to perform their tasks successfully and it should be easy to use and find, using the tools and methods they have. This means that the information needs to be complete, accurate, relevant, consistent, and in just the right amount. Further, the users also value consistency in naming principles and language. The use of poor language, such as ambiguity and inconsistencies, causes at least momentary confusion. Users also want to find the text relevant, i.e., they can relate the text to their personal experience. Generally one can perhaps say that people enjoy reading, but not necessarily technical documentation, so the users also tend to appreciate a minimalist approach.

3 Giving the users a fair chance

To be able to give the users a fair chance we have to know how they approach the task of finding information. According to Morville and Rosenfeld (2006: 35), the basic building blocks of human information search behaviour are: to ask other

people and, in electronic media, to enter queries in search functions and browse from link to link.

Admittedly, there is not a lot we, as technical communicators, can do to improve the situation, if the users apply the I'll-ask-a-colleague information seeking strategy. On the other hand, if the users look for the information in an information product, there are some basic things we can do. We can: (1) use descriptive, accurate and unique headings, (2) organise the information in a logical way and (3) activate an already known schema, or alternatively, help the user learn a new schema.

Headings are either the cure for, or the cause of confusion. Headings inform the user what kind of information is available and allows the readers to skim through the text to find the most relevant information. Further, in electronic documentation deliveries, the search function will be looking for the headings and thus they are what the search function returns.

Organising content, also known as information architecture, is based on the human tendency to want to organise items to make them easier to find. It is simply a fact of life that once you have acquired a certain amount of things, you have to organise them or you cannot find anything. An example from daily life is a silverware organiser to separate the forks from the spoons. Information architecture does that for information gathered in an information product. A well-organised information product is a usable information product, allowing readers to find information easily. (Wodtke 2001)

To find their way to the information they need, users expect to find information on: where to go next, where to go instead or where to learn more. Another thing to consider, when organising information, is not to assume that the users will follow long paths to find the information they need (Hart 2007: 50). Further, users are unpredictable about where they begin reading and how they approach finding the information they need. Consequently, no matter how good information architecture you have applied, you are likely to have users who need more help in finding the right information. Linking information is one way to help users who do not read in the order intended by the content creators.

Wodtke (2001) suggests that to design good information architecture, you should ask three questions: 1) What are the users trying to accomplish? 2) What does the business need them to successfully accomplish? and 3) What will the technology allow? These are three very relevant questions to ask, but we suggest adding a fourth question: Who are the users? Performing a thorough user analysis should be the starting point for all technical documentation work. In a solid user analysis,

you should gain reality-based qualitative information on the users, their backgrounds, tasks, working environments and goals. If these factors are unknown, you are taking a great risk of creating seriously flawed information products. If you can balance the questions presented by Wodtke (2001), adding a thorough user analysis, you are well on the way to creating a solid information product.

A schema is a cognitive system, which helps us organise and interpret information. We use schemata to organise current knowledge and provide a framework for future understanding. New information that falls within an individual's schema is easily remembered. However, if the new information does not fit a user's schema, the most common reaction is to simply ignore or quickly forget the new information. This means that users only reluctantly try to develop a new model to handle the situation. Naturally, a sufficiently motivated user will try to understand the new schema, but others will give up trying to accomplish their tasks. (Eysenck 2000: 227–229, 773; Hart 2007: 50) As Krug (2006: 10) states, his first law of usability is Don't make me think!, which sums up how human behaviour works when introduced with a new schema. Thus, if you choose to build your information products on an unfamiliar schema, you need to be sure that the new schema is easy to learn, if not self-explanatory.

Examples of familiar schemata that can be used in electronic documentation deliveries are breadcrumbs and schema built on the words themselves. Breadcrumbs are like 'You are here' signs on a map, showing you where you are in a shopping centre, for example (Krug 2006: 76; Hart 2007: 50). An example of this is clickable links (all except the last one): Table of contents > Precautions > Warnings. If the users do not want to read about Warnings they can go back to Precautions and find information on restrictions that apply when installing the product. The advantages with this approach are that the text is underlined, which builds on a schema familiar to anyone who uses a Web browser; and the arrows show the intended direction, which gives a sense of hierarchy, and the breadcrumbs also let the user know where to go to be somewhere else (Hart 2007: 50–51).

When created correctly, breadcrumbs are self-explanatory and provide a convenient way to do what users most often want to do: go up a level or return to the first page (Home). It needs to be pointed out, however, that breadcrumbs are not a substitute for good information architecture. For most electronic documentation, relying solely on breadcrumbs is not enough to present the information contained therein (Krug 2006: 77).

Another familiar example are the words Previous and Next as stated by Hart (2007: 51). This schema builds on the words themselves; Previous indicating that moving to the previous screen will provide information necessary to understand

the current topic and Next indicating that moving to the next screen will provide new information that builds on the current information.

When time is of the essence, the user looks for information using: (1) the scan-and-grab method, (2) search functions and (3) indexes and tables of contents. The busy users want to find instructions on how to do the tasks they need to do and checklists. Further, if the user is already familiar with the product, s/he is interested in what has changed with it and looks for some kind of summary of changes to quickly find the information s/he needs.

To help the scan-and-grab mode of reading and finding the information we need to increase visibility in the information products. This can be done by introducing visual markers to help the users distinguish between content areas or sections and by including an illustration to help the users find the step lists more easily and quickly.

In electronic documentation deliveries, the introduction of an efficient search function helps the users perform, for example, a search within search and sort the search results. For the search function to work properly, we naturally have to have a solid ground of correct metadata entries to build on. Moreover, in paper and PDF formats, users often go to the index or table of contents first when looking for information. When creating indexes we need to predict what information users will look for and what words they will use. It is a challenging task, as the words the users think of might not be the same as the ones used in the documentation, and thus the index should also contain synonyms, variations and cross-references (Hargis et. al. 1998: 177–179).

How do we get to an ideal situation? Basically what needs to be done is to develop and enforce documentation standards. If style guides and guidelines are not adhered to, it fragments the product brand and makes finding and using the information very difficult for the users. Guidelines are created to ensure a harmonised look and feel for the documentation, because users see the differences as irritating, and unhelpful.

4 Summary and conclusions

Users want to find the right information and they want to find it easily and quickly. To meet the needs of the goal-oriented users, we can provide good information architecture, use informative headings, and activate known schema. For the busy users, it is advisable to pay attention to the creation of table of contents,

indexes, search functions, and include checklists and a summary of changes in the information products.

We need to further stress the importance of understanding the users and their needs and thus the importance of conducting user analyses. Unfortunately, it is still the case in many companies today that a user analysis has not been conducted and the information products are created based on assumptions about the users. For the technical communications industry and the university programmes in the field, there is clearly a challenge here, “We must find ways to articulate the key concepts of our craft, helping people to understand the sophisticated nature of user needs and behavior” (Morville & Rosenfeld 2006: 13).

Finally, to really come to terms with the information seeking behaviour of information consumers, what we really need is deeper insights into human behaviour, especially into the way we see, think and read.

References

- Eysenck, M. (Ed.) (2000). *Psykologi: ett integrerat perspektiv*. Lund: Studentlitteratur.
- Hargis, G., Hernandez, A. K., Hughes, P., Ramaker J., Rouiller, S. & Wilde, E. (1998). *Developing Quality Technical Information. A Handbook for Writers and Editors*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Hart, G. (2007). Mental Models: Laying foundations to support readers. *Intercom* July/August 2007, 50–51.
- Krug, S. (2006). *Don't make me think! A common sense approach to Web usability*. Sec. ed. Berkley: New Riders.
- Morville, P. (2005). *Ambient Findability: What We Find Changes Who We Become*. Beijing, Cambridge etc: O'Reilly Media.
- Morville, P & Rosenfeld, L. (2006). *Information Architecture for the World Wide Web*. 3rd ed. Beijing, Cambridge etc: O'Reilly Media.
- Wodtke, C. (2001). *The Face of Information Architecture*. [Cited: 3.1.2008]. Available: <http://www.webword.com/interviews/wodtke.html>.

4 TEKSTI, KULTTUURI JA KRITIIKKI

Heli Katajamäki

Selitettyjä kehityskulkuja. Tarkasteltavana taloussanomalehtien pääkirjoitukset ydinkeskeisen rakenteen näkökulmasta

The article describes editorials of business newspapers on the level of rhetorical structure. The method of analysis is based on argumentation analysis, the model of orbital structure developed in Appraisal Theory and the rhetorical structure theory. The results indicate that the satellites of causes and effects are common in editorials as a genre, and therefore it can be claimed that one function on this level is explaining. The function meets the views of editorial writers of the genre; they also claim that one purpose of the genre is explaining. It seems to be possible that appearance of the editorials on the rhetorical structure level might have a connection to the writer's way of describing the communicative purposes of the genre. However, this meeting is not seen as a causal linkage, but rather as a finding worth considering.

Keywords: editorials, business newspapers, genre, explaining, orbital structure, rhetorical structure

1 Johdanto

Taloussanomalehtien pääkirjoitukset ovat tekstejä, joilla rakennetaan pääkirjoitus-toimittajan ja lukijan välistä sosiaalista vuorovaikutusta (ks. lähtökohdasta Fairclough 1992: 78–82; Pietilä & Sondermann 1994: 22). Tästä syystä myös tekstejä voi lähestyä kysyen, miten sosiaalinen vuorovaikutus niihin rakentuu: Millainen on sisäistekijä? Mikä on sisäistekijän suhde sisäislukijaan? Millainen on sisäislu-

kija¹? Puhumalla sisäistekijästä korostetaan, ettei kyse ole tekstin todellisesta kirjoittajasta, vaan hänen tekstuaalisesta konstruktiostaan, jonka lukija tekstistä konstruoi (Chatman 1978: 148). Sisäistekijän ja -lukijan rakentuminen tekstissä on yhtäaikaista, ja samalla kun tekstiin rakentuu sisäistekijä, myös sisäislukija asemoidaan tiettyyn paikkaan (Heikkinen 1999: 215). Jos tekstin sisäistekijä on selittäjä, sisäislukija asemoituu sellaiseksi, jolle asiat selitetään, ja näiden kahden välinen suhde voidaan nimetä selittämiseksi. Kuvaan tässä artikkelissa, miten vuosien 2001 ja 2005 syyskuissa ilmestyneissä 20 Kauppalehden ja Taloussanomien pääkirjoituksessa sisäistekijän diskursiiviseksi rooliksi rakentuu selittäminen tekstin ydinkeskeisen rakenteen tasolla. Sisäistekijän diskursiivisen roolin tarkastelun näen liittyvän tekstin funktionaaliseen tarkasteluun, jolloin tekstiä lähestytään tarkastellen sitä, mihin tekstillä pyritään. Tarkastelukohteena on teksti, jota kulttuuriin perehtynyt tutkijalukija tulkitsee.

Artikkelissa pyrin kuvaamaan selittävyuden rakentumista taloussanomalehtien pääkirjoitusten ydinkeskeisen rakenteen näkökulmasta. Tekstin ydinkeskeisen rakenteen analyysillä tarkastelen tekstin pääväitteen suhdetta tekstin muihin osiin. Väite tekstilajin selittävyudesta pohjautuu tekstien ydinkeskeisen rakenteen analyysiin ja niissä usein esiintyviin syy- ja seurausosiin. Määrittelen selittävän tekstin ydinkeskeiseltä rakenteeltaan sellaiseksi, jossa ytimeen suhteessa olevat tekstin osat ovat erityisesti syy- ja/tai seurausosia.

Aineisto on valittu laajemmasta aikakriteerein valitusta 42 pääkirjoituksen aineistosta siten, että aineistossa on mukana pelkästään sellaiset pääkirjoitukset, joiden pääväitteessä esitetään kehityskulku. Se, että pääväitteenä on kehityskulku (esim. *Japani sukeltaa syvälle* KL04092001, *Laivaliikenteen kriisi syvenee* TS08092005²), tarkoittaa myös sitä, etteivät pääväitteet liity ajankohtaisiin poliittisiin ratkaisuihin. Pääväitteen tukeminen rakentaa kuitenkin kannanottoa sen puolesta, että tällainen kehityskulku on meneillään (ks. myös Katajamäki 2006). Tällaisiakin tekstejä voidaan lähestyä retorisisina eli vaikuttamaan pyrkivinä teksteinä, sillä kaikilla teksteillä voidaan pyrkiä vahvistamaan lukijan käsityksiä asi-

¹ Sisäistekijää ja -lukijaa on nimitetty myös monella muulla tavalla. Esimerkiksi Heikkinen (1999: 215) käyttää nimityksiä kirjoittajan rooli ja lukijan rooli puhuessaan tekstiin rakentuvista vuorovaikutusrooleista. Vaikka Heikkinen (emt.) lähestyykin rooleja sanatason merkitysvalinnoista käsin, tämäkin lähestyminen pohjautuu käsitykseen vuorovaikutuksellisuuden rakentumisesta tekstiin.

² Lyhenteissä KL = Kauppalehti, TS = Taloussanomien, pääkirjoituksen ilmestymisaika muodossa päivä, kuukausi ja vuosi.

oista huolimatta siitä, onko tekstin argumentatiivisuus (perustelevuus) eksplisiitistä vai ei (White 1998: 3). Selittäväkin teksti on siten pohjimmiltaan retorinen.

Kakkuri-Knuuttila (1998: 56–57) toteaa, että sama ilmaisu voi olla sekä väitteen selitys että perustelu. Kakkuri-Knuuttila (1998: 40, 46, 51, 55) pitää selittämistä perustelemisen sukulaisena. Siinä missä perusteleminen pyrkii tekemään jonkin asian uskottavaksi, selittäminen on jonkin asian ymmärrettäväksi tekemistä. Selittäminen on syiden antamista ja silloin kun kyseessä on ihmistoimija, selitys kertoo mikä toimijaa motivoi tekoon. (Kakkuri-Knuuttila 1998: 40, 46, 51, 55) Samantapaisesti selittäminen ja todisteleminen määritellään retorisen rakenteen teoriassa. Retorisen rakenteen teoriassa määritellään, että syy- ja seurausosat voivat olla itsestään tapahtuvia (*non-volitional cause*) tai tahdonalaisia (*volitional cause*). Itsestään tapahtuva syyosa on kyseessä, kun rakenneosassa kuvattu tilanne aiheuttaa ytimessä kuvatun tilanteen ilman, että joku toimija tekee mitään. Tahdonalaisessa syyosassa sen sijaan on toimija, joka aiheuttaa tilanteen. Todiste (*evidence*) puolestaan pelkäänsä lisää informaatiota, joka vakuuttaa väitteen oikeellisuudesta. (Mann 2005) Taloussanomalehtien pääkirjoitusten kehityskulut kuvataan usein tapahtumina, jotka tapahtuvat kuin itsestään (ks. myös Karvonen 1999). *Japanin syvälle sukeltamista* ei ole aiheuttanut ihmistoimija, laivaliikenteen kriisin syyksi esitetään EU-jäsenyys ja alkoholin verovapaan myynnin loppuminen. Kun ihmistoimijoita ei esitetä toiminnan aiheuttajiksi, selittämisen ja perustelemisen erottaminen toisistaan hankaloituu. Koska lähtökohtaisesti jokainen teksti on kantaottava, eikä pelkäänsä selittävä teksti ole mahdollinen, selittäminen ja perusteleminen (todisteleminen) eivät ole toisiaan poissulkevia luokkia.

Tässä artikkelissa lähestyn selittävyyttä tekstin rakenteen tasolla. Fairclough (1995: 13) on todennut, että tekstejä voidaan lähestyä monilta eri yleisyystasoilta. Yksi yleisyystaso on tekstilajin viestinnän tarkoitukset tekstin tuottajien näkökulmasta. Tekstianalyttisiin näkökulmiin siirryttäessä abstraktein taso suhtautumisen teoriaa mukailevan (White 1998) hahmotelmani mukaan on rakenteen taso, seuraavaksi funktionaalisten jaksojen analyysi ja viimeiseksi diskurssi-semanttinen taso, johon myös sanastollis-kieliopillinen näkökulma kietoutuu. Näin abstraktilta tasolta edetään konkreettisempaan suuntaan eli kohti sanatasoista merkitysanalyysiä. Samoin selittävyyskin voi rakentua tekstissä useammalla kuin yhdellä tasolla.

Olen aikaisemmin tarkastellut taloussanomalehtien pääkirjoitusten toimittajien näkemyksiä siitä, millaisia viestinnän tarkoituksia he näkevät pääkirjoituksilla olevan (ks. Katajamäki 2005). Taloussanomalehtien pääkirjoitustoimittajat ovat haastatteluissaan kuvanneet pääkirjoituksia muun muassa teksteiksi, joiden tarkoi-

tuksena on selittää asioita lukijoilleen. Selittäminen viittaa siihen, että selittäjällä on enemmän tietoa kuin sillä, jolle selitetään. Myös haastateltavien nimeämä linjan vetämisen tarkoitus voi toimia selittämisenä, sillä haastateltavan mukaan sen avulla lukija ”voi saada käsityksen siitä, mitä terve taloudenpito kussakin yksittäisessä tapauksessa tarkoittaa”. Pääkirjoitustoimittajan sosiaalinen rooli hahmottuu haastattelupuheen kautta opettajaksi, jonka roolina on tietää enemmän ja välittää tämä tieto myös lukijalle ja joka haluaa tarjota lukijoille tiedollisia ja taidollisia välineitä talouden maailman ymmärtämiseen. (Ks. Katajamäki 2005) Pitää kuitenkin muistaa, että haastateltavat – samaten kuin aiemmat mediatutkimukset – ovat esittäneet pääkirjoituksille monia muitakin viestinnän tarkoituksia (ks. esim. Stonecipher 1990: 23; van Dijk 1993: 265). Selittäminen on vain yksi monien muiden joukossa. Vaikka pääkirjoitustoimittajat kategorisoivat tämän tekstilajin selittäväksi, *selittäminen* on yleiskielen sana, jolla on monenlaisia merkityksiä eri käyttötilanteissa. Silti saattaa olla niin, että tekstien viestinnän tarkoitusten kategorisoiminen nostaa esille joitain näkökulmia, jotka nousevat näkyviin myös tekstianalyseissa.

2 Ydinkeskeisen rakenteen analyysi

Tekstin **ydinkeskeisen rakenteen analyysissä** olen soveltanut suhtautumisen teorian kiertoratamallia (*the orbital structure*, ks. White 1998) ja retorisen rakenteen teoriaa (*Rhetorical Structure Theory*, ks. Mann, Matthiessen & Thompson 1989). Sekä tekstin kiertoratamallinnukselle että retorisen rakenteen teorialle yhteistä on ajatus siitä, että tekstin osat (*satellites*) ovat suhteessa tekstin ytimeen (*nucleus*), eivätkä välttämättä osaa edeltävään tai seuraavaan osaan (ks. Mann, Matthiessen & Thompson 1989; White 1998: 195). Esimerkiksi uutisissa uutisen otsikko ja kärki muodostavat usein ytimen, jota osat pääosin joko yksityiskohtaistavat (*elaboration, extension*) tai laajentavat (*enhancement*). (Iedema, Feez & White 1994: 115–119; White 1998: 193–196)

Kiertoratamallissa analyysi pohjautuu diskurssi-semanttisiin ja sanastollis-kieliopillisiin merkityksiin, ja samasta syystä osat ovat diskurssi-semanttisia yksiköitä ja suhteessa tekstissä sanottuun. (White 1998: 193–194) Taloussanomalehtien pääkirjoituksissa tekstien sidosteisuus on toisinaan niin hyperteemaperustaista (ks. Katajamäki 2004), ettei diskurssi-semanttisten ja sanastollis-kieliopillisten merkitysten toisteisuus auta näkemään tekstin ydintä (vrt. White 1998: 199). Tästä syystä analyysini pohjautuu argumentaatioanalyysiin, jolla on tunnistettu tekstin pääväite. Argumentaatioanalyysi pohjautuu *etualaistamisen periaatteeseen*, jolla tarkoitan sitä, että olen tulkinnut tekstiä etsien sen pääväitettä siitä, mitä

tekstissä sanotaan. Näin tulkiten pääväite on useimmiten sijainnut tekstin alussa, ja lopetuskappaleen johtopäätökset ovat usein sanotun laajentamista. Pääväite esitetään varsin usein tekstin otsikossa, mutta toisinaan pääväite ei kielellisty tekstissä lainkaan. Tällöinkin sen tulkinta pohjautuu tekstissä sanotusta tehtyyn päätelmään. Kiertoratomallinnuksesta analyysini poikkeaa siksi, että esimerkiksi Iedema, Feez ja White (1994) käyttävät mallinnusta pelkästään uutisiin. Uutisten kärki toimii ytimenä, johon tekstin keskeiset merkitykset on nostettu. Argumentatiivisuus nähdään pelkästään mielipidetekstien viestinnälliseksi tarkoitukseksi. (Iedema, Feez & White 1994: 115, 154.) Analyysini poikkeaa siten lähtökohtaisesti kiertoratomallinnuksesta siten, että näen mediatekstit – uutisetkin – kantaaottavina. Tästä syystä myös kiertoratomallinnuksen ja retorisen rakenteen analyysin yhdisteleminen on mahdollista.

Siinä missä argumentaatioanalyysi tarkastelee argumentin sisältöä, retorisessa analyysissä keskeistä on muoto. Esimerkiksi tekstikokonaisuuden näkökulmasta tarkastellaan tällöin tekstin jäsentymistä ja tekstin osien välisiä suhteita (Kakkuri-Knuutila 1998: 234–238). Analyysissäni pääväitteen löytämisen jälkeen kyse on siten siitä, millaisessa suhteessa tekstikappaleet ovat pääväitteeseen, mitä ne siihen lisäävät, miten sen kiistävät tai miten siirtyvät yleistämään pääväitteessä esitetyn väitteen. Analyysi korostaa rakenneosien esityspainotteisia suhteita (*presentational relations*) (ks. Moore & Pollack 1992: 538; Mann 2005). Kiertoratomallinnukseen pohjautuva analyysi pohjautuu niin tekstin ideationaaliin, interpersonaaliin kuin tekstuaaliin merkityksiin (White 1998: 193–195). Pääkirjoitusten analyysi pohjautuu ideationaalisten ja tekstuaalisten merkitysten analyysiin, jolloin tekstissä rakennettuja interpersonaalisia merkityksiä ei analyysissä nosteta esille. Niiden rakentaminen vaikuttaa kuitenkin olevan pääkirjoituksille pikemminkin ominaista kuin harvinaista (ks. esim. Katajamäki 2006; 2007).

Retorisen rakenteen teorian mukaisesti tekstin ytimeen liittyvä rakenneosa nimitetään näiden osien keskinäisen suhteen mukaisesti. Rakenneosista keskeisiä aineistossani ovat pääväitteen toteaminen (*restatement*), pääväitteen elaboraatio (*elaboration*), syyosa (*non-volitional cause/volitional cause*), seurausosa (*non-volitional result/volitional result*), taustoitusosa (*background*) ja ratkaisuosaa (*solutionhood*). (Mann, Matthiessen & Thompson 1989; Mann 2005) Kiertoratomallia käyttänyt White on esittänyt tapahtumakeskeisen uutisen ydintä kiertäviksi osiksi yksityiskohtaistavan osan (*elaboration*), syy-ja-seuraus-osan (*cause-and-effect*), kontekstualisoivan osan (*contextualisation*) ja arvioivan osan (*appraisal*). (White 1998: 193–196) Analyysini osat olen nimennyt retorisen rakenteen teorian termien mukaisesti, sillä ne täsmentävät rakenneosien nimeämistä. Lisäksi olen lisännyt mukaan suhteutusosan, jossa ytimessä esitetty asia joko kontekstualisoidaan tai yleis-

tetään. Koska analyysini on rajattu ideationaalisiin ja tekstuaalisten merkitysten huomiointiin, analyysi ei nosta esiin arviointiosaa.

Tekstikappale voi olla pääväitteen kanssa toisteisessa suhteessa, jolloin kyse on tekstin pääväitteen toteamisesta eli toistamisesta tai elaboraatiosta eli pääväitteen yksityiskohtaistamista (White 1998: 193; Mann 2005). Nämä muodostavat analyysissäni yhden luokan. Pääväite voidaan niin ikään osittaa esimerkiksi siten, että pääväitteen jokaista osaa yksityiskohtaistetaan tai yksi osa jaetaan osateemoihin, joista jotain sanotaan. Tällöin kyseessä on pääväitteen osan toteaminen tai elaboraatio. Syyosassa esitetään tilanne, josta aiheutuu pääväitteessä esitetty väite. Seurausosassa esitetään tilanne, joka aiheutuu pääväitteen väitteestä. (Mann 2005) Syy- ja seuraus-rakenteessa on siten kyse kausatiivisesta suhteesta (Meyer 1985: 17). Taustoitusosassa annetaan tietoa, joka auttaa ymmärtämään pääväitettä. Ratkaisuosaa sisältää ratkaisuehdotuksia, ratkaisuja sekä ohjeistuksia. (Mann 2005)

Analyysissä on edetty tunnistaen ensin tekstin pääväite eli tekstin ydin, minkä jälkeen olen tulkinnut, millaisessa suhteessa tekstin kappaleet ovat ytimeen. Koska analyysiyksikkönä on kappale, pystytään kuvaamaan tekstin kokonaisrakennetta hukkumatta yksityiskohtiin. Kappale on usein myös tekstin funktionaalinenkin yksikkö, vaikka toisinaan samassa kappaleessa rakentuu useanlaisia funktioita (Katajamäki 2004). Whiten (1998: 192–197) analyysiesimerkit ovat lyhyitä uutisia. Pääkirjoitukset pidempinä teksteinä sisältävät toisinaan useita rakenneosia, joten analyysi kuvaa retorista rakennetta pelkästään siinä keskeisimmiksi näkemieni rakenneosien kautta. Mannin, Matthiessen & Thompsonin (1989: 32–33) mukaan retoristen rakenneosien tulkinnassa on kyse ensisijaisen tarkoituksen tulkinnasta. Retorisessa analyysissä jokin tekstin tarkoitus nähdään keskeisimmäksi, jolloin jokin tarkoitus *etualaistetaan*. Rakenneosa saatetaan tulkita ensin usealla tavalla, mutta jokin rakenneosista on uskottavin.

3 Tulokset

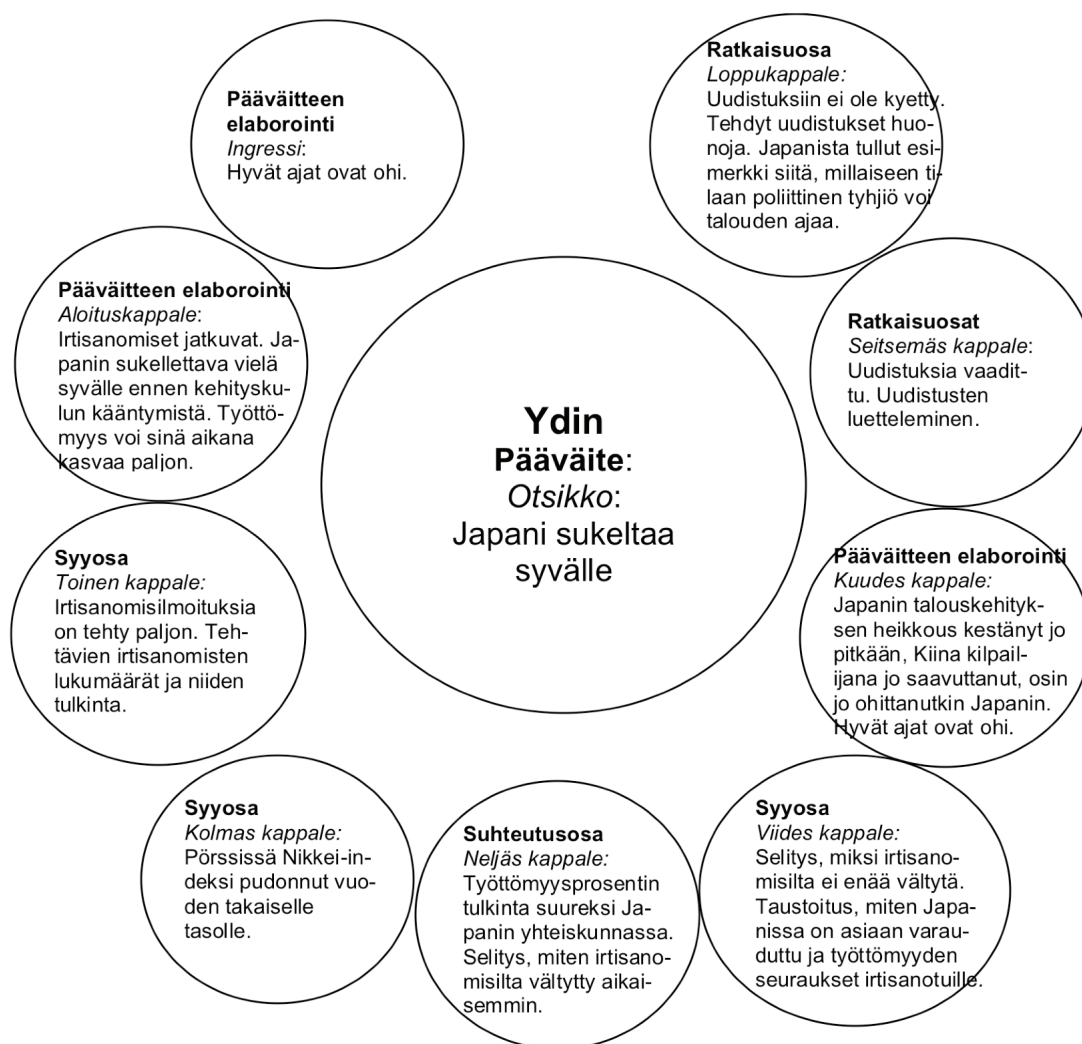
Aineiston pääkirjoitusten pääväite todetaan ensimmäisen kerran yleensä pääkirjoitusten alussa. Pääväitteen toistaminen tai pääväitteen osien toteaminen näyttää yleiseltä, samoin taustoitusosia esiintyy teksteissä usein. Sen sijaan ratkaisu- ja suhteutusosat ovat melko vähäisiä. Pääkirjoitusten pääväitteissä esitetyt kehityskulut liittyvät useimmiten syyosiin ja toiseksi useimmiten seurausosiin. (Ks. taulukko 1.) Taloussanomalehtien pääkirjoitusten syy- ja seurausosat ovat itsestään tapahtuvia syy- ja seurausosia, sillä keskeisiksi tulkitsemissani osissa ihmistoimijoita ei useimmiten ole lainkaan, ei tekijöinä eikä tekemisen kohteina. Pääkirjoituksista 15:ssä on yksi tai useampi syyosa. Enimmillään syyosia yhdessä pääkir-

joituksessa on kahdeksassa kymmenestä kappaleesta. Puolet pääkirjoituksista sisältää seurausosia, ja niitä on enimmillään viisi yhdeksästä kappaleesta. Mukana on myös kaksi pääkirjoitusta, joissa ei ole lainkaan syy- ja seurausosia. Niitä ei voi siis sanoa pääkirjoitusten pakollisiksi osiksi.

Taulukko 1. Aineiston retoriset rakenneosat (analyysiyksikkönä kappale)

Retoriset rakenneosat	Määrä	Suhteellinen osuus
Pääväitteen tai sen osan toteaminen tai elaborointi	42	27,3
Taustoitusosa	18	11,7
Syyosa	38	24,7
Seurausosa	21	13,6
Ratkaisuosat	12	7,8
Suhteutusosa	18	11,7
Vasta-argumenttiosa	5	3,2
Yhteensä	154	~ 100

Pääkirjoituksessa *Japani sukeltaa syvälle* (KL04092001) on yhteensä kahdeksan rakenneosaa (Ks. kuvio 1). Rakenneosia pääkirjoituksessa on neljänlaisia osia (pääväitteen elaborointi, syyosa, suhteutusosa, ratkaisuosa), joista kolme on syyosaa. Sen sijaan seurausosia pääkirjoituksessa ei ole lainkaan eli siinä ei kuvata, mitä syvälle sukeltamisen ja hyvien aikojen loppumisesta seuraa. Pääkirjoitus on esimerkki siitä, miten pääväitettä toistetaan tekstissä useaan kertaan joko todeten se uudelleen tai elaboroiden sitä. Pääväite esitetään otsikossa, ingressissä, aloituskappaleessa ja neljännessä kappaleessa. Tässä kohdin havainnollistuu myös analyysin tulkinnallisuuden aste: pääväitteen *Japani sukeltaa syvälle* elaboraatioksi on tulkittu myös kappale, jossa keskeiseksi on tulkittu väite *hyvien aikojen olemisesta ohi*. Sanastollis-kieliopilliselta muodoltaan väitteet voivat olla siis hyvinkin erilaisia, vaikka diskurssi-semanttisesta näkökulmasta molempien voidaan tulkita toteavan Japanin talouden huonontuvan.



Kuvio 1. Pääkirjoituksen Japani sukeltaa syvälle ydinkeskeinen rakenne

Kappaleissa kaksi ja kolme pääväitteelle esitetään kaksi syytä: irtisanomiset ja Nikkei-indeksin putoaminen. Pääväitteen ja syiden kausaalisuhteita ei tekstissä ilmaista eksplisiittisesti esimerkiksi sanoin *synä*, *siksi*, *aiheuttaa* tai *koska*, vaan näiden syy- ja seuraussuhteiden tulkinta perustuu tulkitsijan kulttuuriseen tietoon talousdiskurssissa vallitsevista käsitesuhteista. Neljännessä kappaleessa suhteutetaan työttömyysluvut Japanin kulttuuriin sekä annetaan syy, miksi irtisanomisilta ei enää vältytä. Kuudennessa kappaleessa kerrataan vielä *hyvien aikojen olevan ohi*, ja kappaleen olen tulkinnut pääväitteen elaboraatioksi. Kahdessa viimeisessä

kappaleessa esitetään ratkaisuehdotuksia, todetaan tehtyjen ratkaisuyritysten epäonnistuneen ja ohjeistetaan suomalaisia varomaan ottamasta esimerkkiä Japanista.

Pääkirjoituksen voi todeta olevan rakenteeltaan sekä toisteinen että syyosia sisältävä. Syyt esitetään usein siten, että ne sisältävät tarkkoja numeroita siitä, miten paljon esimerkiksi irtisanomisia on odotettavissa. Lukemat tekee kiinnostavaksi se, että ne itse asiassa ovat japanilaisten yritysten ilmoittamia aikomuksia. Kyse on irtisanomisilmoituksista, ei tehdyistä irtisanomisista. Toisaalta edellispäivän lehden uutisissa on kerrottu *Hitachin irtisanovan 14 700 työntekijää* (KL03092001) ja *Nikkei-indeksin putoamisesta* (KL03092001). Pääkirjoituksen syyt rakentuvat siten jo uutisoiduille faktoina esitetyille tapahtumille. Tämäkin rakentaa siten osaltaan pääkirjoituksen tarkoituksiksi juuri selittämisen, sillä uutiset ovat jo tiedottaneet monista pääkirjoituksessa esitetyistä asioista. Pääkirjoitus on ikään kuin imenyt sisäänsä nämä kaksi uutista, mutta näyttää poikkeavan näistä pituutensa lisäksi erityisesti siten, että pääkirjoitus on retoriselta rakenteeltaan laajempi ja useampia erilaisia retorisia rakenneosia yhdistelevä. Tässä mielessä voi esittää, että tämän pääkirjoitustekstin selittävyiden aste on korkeampi kuin suppeampien uutisten.

Kun selittävyys on määritelty syy- ja seurausosien hallitsevuutena, analyysi ei nosta esiin sellaista selittävyyttä, joka ilmenisi esimerkiksi siten, että tekstissä määriteltäisiin käsitteitä tai annettaisiin havainnollistavia esimerkkejä. Teksteissä on kuitenkin melko paljon taustoitusosia, joissa lukija viedään tekstiin siten, että hän voi asian ymmärtää. Nämä viemiset vievät pikemminkin kuhunkin kuvattavaan yksittäistapaukseen kuin selittäisivät, miksi jotakin tapahtuu. Rakenneosat tuntuvat liittyvän toisiinsa usein implisiittisesti: teksteissä asioiden esitetään liittyvän toisiinsa ja olevan toistensa syitä ja seurauksia itsestäänselvyyksien lailla. Tekstien tulkinta vaatii siten tekstinulkoista tietoa käsitesuhteista ja siitä, mistä talouden tapahtumasta mitään seuraa. Näin asiat esitetään itsestäänselvyyksinä, joiden yhteydet toisiinsa lukijan oletetaan ymmärtävän.

4 Pohdintoja

Syy- ja seurausosat näyttävät olevan taloussanomalehtien kehityskulkua kuvaaville pääkirjoituksille tyypillisiä osia tarkasteltaessa pääkirjoituksia tekstilajina. Tällöin joissakin yksittäisissä pääkirjoituksissa ei välttämättä ole laisinkaan syy- tai seurausosaa. Syy- ja seurausosan ei voi siten väittää olevan tekstilajin pakollinen rakenneosa. Määritelmäni mukaan pääkirjoitukset tekstilajina ovat selittäviä syy- ja seurausosien yleisyyden perusteella. Selittäviksikin tulkittuina ne ovat hyvin

retorisia: kirjoittaja on valinnut tekstiin vain sellaiset tekstiosat, jotka tukevat pääväitettä tietynlaisesta taloudellisesta kehityskulusta.

Vaikka pääkirjoitukset ovat määriteltävissä selittäviksi ydinkeskeisen rakenteen tasolla, selittävän tekstin vaikutelmaa rakennetaan monilla muillakin tasoilla. Ydinkeskeisen rakenteen analyysi toi esille yhden näkökulman teksteihin. Tekstien selittävyys vaikutelmaa rakentavat niin asioiden esittämisen varmuusasteet, makrokytkennät kuin eksplisiittisetkin sidoskeinot. Lukijan tulkitessa tekstejä nämä tasot luonnollisesti sekoittuvat. Samoin tekstin tuottajien näkemykset vastaavat lukemisen tulkinnan moninaisuutta siinä mielessä, että ne pohjautuvat useisiin tekstin tuottamis- ja kirjoittamisprosesseihin samoin kuin sekä omien että muiden tuottamien pääkirjoitusten lukemisiin. Vaikka siis selittäminen näyttää rakentuvan sekä haastateltavien puheessa että tekstin rakenteen tasolla, voi olla, että näkemys nousee jostain aivan muualta kuin tavasta kirjoittaa tekstejä, jotka ydinkeskeisen rakenteen näkökulmasta on nähtävissä selittäviksi. On kuitenkin myös mahdollista, että tekstin tuottajien ja ydinkeskeisen rakenteen näkökulmasta tehdyn analyysin näkökulmista hahmottuvilla selittämällä on yhteys toisiinsa; tällöin rakenteen tasolla rakentuva selittävyys on yksi tekijä, joka saa tekstien tuottajat hahmottamaan viestinnän tarkoituksiksi selittämisen.

Lähteet

Chatman, S. (1978). *Story and Discourse. Narrative Structure in Fiction and Film*. Ithaca & Lontoo: Cornell University Press.

Dijk, Teun A. van (1993). *Elite Discourse and Rasism*. Lontoo: Sage.

Fairclough, N. (1992). *Miten media puhuu*. Suom. Virpi Blom & Kaarina Hazard. Tampere: Vastapaino.

Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. Language in Social Life Series. Lontoo & New York: Longman.

Heikkinen, V. (1999). Ideologinen merkitys kriittisen tekstintutkimuksen teoriassa ja käytännössä. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 728. Helsinki.

Iedema, R., Feez, S. & White P. (1994). *Stage Two: Media Literacy. Write-it-right. Literacy in Industry Research Project*. Metropolitan East Region: Department of School Education.

Kakkuri-Knuuttila, M.-L. (1998). Kysymys-vastaus-menetelmä analyysin apuna. (Teoksessa: *Argumentti ja kritiikki. Lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot*. Toim. Marja-Liisa Kakkuri-Knuuttila. Helsinki: Gaudeamus. 34–59).

Karvonen, P. (1999). Missä on taloustekstin ihminen? (Teoksessa: *Teksti ja ideologia. Kieli ja valta julkisessa kielenkäytössä*. 2. painos. Toim. Jyrki Kalliokoski. Helsinki: Suomen kielen laitos, Helsingin yliopisto, Kieli 9. 151–167).

Katajamäki, H. (2004). *Taloussanomalehtien pääkirjoitusten viestinnän lähtökoh-
tien ja tekstien merkitysten kohtaamisia*. Vaasan yliopisto. Viestintätieteiden lai-
tos. Lisensiaatintyö.

Katajamäki, H. (2005). Talouden selittäjät äänessä – Taloussanomalehtien pääkir-
joitustoimittajien representaatioita sosiaalisesta roolistaan. *Tiedotustutkimus* 28,
4/5, 4–27.

Katajamäki, H. (2006). Arvottavien merkitysten rakentaminen taloussanomalehti-
en pääkirjoituksissa. (Teoksessa: *Erikoiskielet ja käännteoria. Vakki-
symposiumi XXVI. Vaasa 11.–12.2.2006*. Toim. Esa Lehtinen & Nina Niemelä.
Vaasan yliopiston käännteorian ja ammattikielten tutkijaryhmän julkaisut nro
33, 97–108).

Katajamäki, H. (2006). The Dialectic Nature of the Rhetorical Structure in the
Editorials of two Finnish Business newspapers. *LSP and Professional Communi-
cation* 6, 1.

Katajamäki, H. (2007). Kyvykkyyden merkitykset taloussanomalehtien pääkirjoi-
tuksissa. (Teoksessa: *Erikoiskielet ja käännteoria. Vakki-symposiumi XXVII.
Vaasa 9.–10.2.2007*. Toim. Esa Lehtinen & Nina Niemelä. Vaasan yliopiston
käännteorian ja ammattikielten tutkijaryhmän julkaisut nro 34, 99–110).

Mann, W. C. (2005). *Intro to RST 2008*. [Siteerattu: 11.1.2008]. Saatavilla:
<http://www.sfu.ca/rst/01intro/intro.html>.

Mann, W. C., Matthiessen C. M. I. M. & Thompson, S. A. (1989). *Rhetorical
Structure Theory and Text Analysis*. University of Southern California. Informa-
tion Sciences Institute. ISI Research Report.

Meyer, B. J. F. (1985). *Prose Analysis: Purposes, Procedures, and Problems*.
(Teoksessa: *Understanding Expository Text. A Theoretical and Practical Hand-
book for Analyzing Explanatory Text*. Toim. Bruce K. Britton & John B. Black.
New Jersey & London: Lawrance Erlbaum Associates, 11–64).

Moore, J. D. & Pollack, M. E. (1992). A Problem for RST: The Need for Multi-Level Discourse Analysis. *Computational Linguistics* 18, 4, 537–544.

Pietilä, K. & Sondermann, K. (1994). *Sanomalehden yhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.

Stonecipher, H. W. (1990). *Editorial and Persuasive Writing. Opinion Functions of the News Media*. 2. painos. Mamaroneck, New York: Hastings House.

White, P. R. R. (1998). *Telling Media Tales: the news story as rhetoric*. [Siteerattu: 5.1.2004]. Saatavilla: <http://www.grammatics.com/appraisal/AppraisalKeyReferences.html>.

Merja Koskela

*Kulttuuripiirteet verkkolehdistä – analyysimallin
kehittelyä*

Abstract

Earlier studies on internet communication show that in spite of globalization trends the Internet has many local features both when it comes to content and form (cf. e.g. Barber & Badre 1998). Journalism research on the other hand has raised the question whether or not there are cultural differences between electronic newspapers in different countries (see Holsanova 2007). This article proposes a theoretical model for describing cultural differences in electronic newspapers.

Avainsanat: journalismi, kulttuuri, verkkolehti

1 Johdanto

Sanomalehtien verkkoversioista, joista tässä artikkelissa käytän termiä *verkkolehti*, on olemassa paljon tutkimusta eri näkökulmista. Tietotekniikan näkökulmasta verkkolehtien tutkimuksessa on korostettu etenkin käytettävyyden merkitystä, mutta myös muita seikkoja on tuotu esiin. Muun muassa Ruotsissa on vuonna 2004 tehty tietotekniikan alalla kaksi väitöskirjaa koskien verkkolehtiä. Näistä toinen käsittelee vuorovaikutteista suunnittelua (Lundberg 2004) ja toinen uutisgenren uudistumista (Ihlström 2004). Kielitieteellisen tekstintutkimuksen näkökulmasta verkkolehtiä on lähestynyt muun muassa Engebretsen (2001). Lisäksi aiheesta luonnollisestikin on journalistista tutkimusta. Suomessa muun muassa Heinonen on tarkastellut verkkolehtiä journalistin ammatin muutosten kautta (esim. 1999, ks. myös 2002).

Hieman erilaisen näkökulman verkkolehtien tutkimukseen tarjoaa lukemisen tutkimus. Verkkolehtien lukemista on tarkastellut visuaalisesta näkökulmasta esimerkiksi Jana Holsanova (ks. 2007), joka on ollut kiinnostunut lukijan ja tekstin välisestä interaktiosta. Holsanova käy läpi silmänliikekameran avulla saatuja tuloksia siitä, miten sanomalehtiä luetaan ja vertaa paperilehden ja verkkolehden

lukemista. Tuloksena on muun muassa, että lukemistilanne ja lukemisen tavoite ovat erilaiset verkossa ja paperilla. Erityisen kiinnostava on hänen toteamuksensa, että kulttuurilla on merkitystä lehden ulkoasuun ja sen lukemisen tapaan. (Ks. emt.) Kulttuurienvälisen vertailun näkökulmasta verkkolehtiä ei kuitenkaan ole tutkittu. Tämän artikkelin tavoitteena on mallintaa niitä vaikuttavia tekijöitä, joiden tuloksena verkkolehdistä on muodostunut sellaisia kuin ne ovat. Esitettyä mallia voidaan hyödyntää pohdittaessa, mitkä tekijät vaikuttavat vahvimmin verkkolehtien kulttuuriin piirteisiin. *Kulttuuripiirteellä* tarkoitan tässä artikkelissa yleisesti sellaisia tekijöitä, joka erottavat yhteen kulttuuriin kuuluvan verkkosivuston toisiin kulttuuriin kuuluvista vastaavista sivustoista. Verkkolehdistä kulttuuripiirteet voivat liittyä muotoon (kuten kieliin, väreihin, tekstin tai sivuston rakenteeseen), sisältöön tai muihin esitystapoihin.

2 Kulttuuripiirteet verkossa

Erityisesti yritykset ovat kiinnittäneet huomiota kulttuuripiirteisiin verkkosivujensa suunnittelussa, koska niillä usein on tavoitteena saada itselleen ja tuotteilleen maailmanlaajuinen tai ainakin mahdollisimman laaja yleisö. Yritysten verkkosivujen kulttuuripiirteitä onkin selvitetty useissa tutkimuksissa (esim. Ha & James 1998; Robbins & Stylianou 2002). Myös yliopistojen verkkosivujen kulttuurivertailua on tehty jonkin verran (ks. Callahan 2005). Kulttuurimallien avulla on selvitetty erityisesti verkkosivujen kansainväliseen käytettävyyteen vaikuttavia seikkoja, mutta tutkimusote on ollut enemmän teoreettinen kuin empiirinen (esim. Barber & Badre 1998; Marcus 2005).

Näissä tarkasteluissa on käytetty teoreettisena lähtökohtana yleensä Hofsteden (esim. 1984; 1991) kulttuurin dimensioita (individualismi vs. kollektivismi, valtaetäisyys, epävarmuuden välttäminen, maskuliinisuus vs. feminiinisyys ja aikadimensio). Myös Hallin (esim. 1976; 1990) matalan ja korkean kontekstin ulottuvuuksia on yritetty soveltaa verkkoyhteyksiin (esim. Han 2003). Yksinkertaistusti matalalla kontekstilla (*low context*) tarkoitetaan sitä, että tarkoitetaan mitä sanotaan eli kielen merkitys viestinnässä korostuu, kun taas korkealla kontekstilla (*high-context*) tarkoitetaan, että vain osa informaatiosta ilmaistaan kielellisesti (ks. esim. Salo-Lee 1996: 59). Verkkosivustojen tutkimusten lähtökohdat ovat siis melko yhteneväiset, vaikka tutkimusmenetelmät vaihtelevatkin määrällisestä laadulliseen.

Verkkolehtien osalta kulttuurienvälisestä vertailusta ei kirjallisuudesta juurikaan ole löydettävissä. Tähän on varmaankin monia syitä, joista yksi voi olla sanomalehtien ja journalismin perimmiltään kansallinen luonne, jolloin eri maiden verkkoleh-

tien vertailua ei ole koettu mielekkääksi. Toinen, edellisen syyn kanssa ehkä ristiriitainenkin syy voi olla, että verkkolehtien on niin vahvasti koettu olevan osa globaalia verkkoviestintää, että kulttuurieroja ei ole koettu tärkeiksi tai niitä ei ole havaittu. Epäilemättä on kuitenkin niin, että verkkolehtiään laatiessaan sanomalehdet ovat ottaneet vaikutteita ja mallia toisistaan.

Kulttuurisen vaikutuksen suuntaa verkkolehdistä ovat pohtineet muun muassa Nerone ja Barnhurst (2001), jotka ovat todenneet, että verkkolehtien alkutaipaleella (esim. Espanjassa ja latinalaisessa Amerikassa 1990-luvun puolivälissä) vaikutteet virtasivat Yhdysvalloista muuhun maailmaan. Tähän vaikutti heidän mukaansa erityisesti *News of the Future* -projekti, jota johti MIT Yhdysvalloissa (emt.). Verkkoviestinnän kehityksessä he kuitenkin näkevät 2000-luvulla uuden suunnan, jossa muun maailman verkkoviestinnän käytännöt ovat alkaneet vaikuttaa amerikkalaisiin lehtiin: ”...national distinctions and boundaries have become less monolithic and more permeable” (emt. 468). Tässä tilanteessa voidaankin siis kysyä, kumpi vaikutussuunta tämän päivän verkkolehtien sivuilla on vahvempi, kansallisten journalistien käytäntöjen vaikutus sanomalehtien verkkosivuihin vai globaalien verkkoviestinnän mallien vaikutus. Tätä käsittelen seuraavassa luvussa.

3 Verkkolehtiin vaikuttavat kontekstitekijät

Kuten edellä esitetystä voidaan päätellä, on ilmeistä, että verkkoviestinnässä ja siten myös verkkolehdistä on käynnissä eräänlainen ristiaallokko, jossa keskenään ristiriitaiset impulssit kohtaavat ja pyrkivät voittamaan alaa. Kaksi vaikutussuuntaa tuntuu erityisesti kilpailevan keskenään: verkkoviestinnän globalisuuspyrkimykset ja journalismin kansalliseen kulttuuriin liittyvät käytänteet.

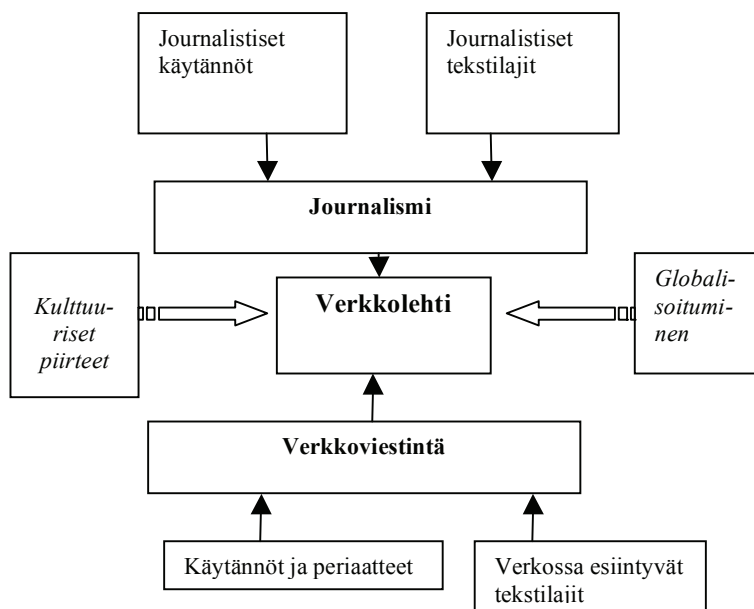
Toisaalta verkko ja tekniikka ovat kansainvälisiä, millä on verkkosivuihin tasa-päistävä ja yhtenäistävä vaikutus. Tästä voi olla seurauksena eräänlainen kulttuurinen konvergensi. Näin verkossa toimimisella olisi vaikutusta kansallisiin kulttuureihin, joilla olisi taipumus muuttua kansainvälisten mallien mukaisesti, jolloin omalle kulttuurille alun perin ominaiset piirteet voisivat jopa kadota ja korvautua vieraalla vaikutteella.

Toisaalta on todettu, että kun yhä suurempi osa maailmaa ottaa internetin käyttöön, angloamerikkalainen vaikutus vähenee, ja internetistä tulee monikulttuurinen yhteisö, jossa vallitsee samanlainen kulttuurinen rikkaus kuin koko maailmassa muuten. Esimerkiksi Kiinan ja Intian voimakas tulo internetiin on vähentä-

nyt englanninkielisten verkkosivujen suhteellista määrää koko internetissä ja mahdollisesti myös niiden ylikansallista vaikutusta.

Sitä, kumman vaikutussuunnan voima on suurempi esimerkiksi suomalaisissa verkkolehdistä, ei osata vielä sanoa. Sen sijaan voidaan jo todeta, että vaikutuksen voima riippuu siitä, minkälaisesta toiminnasta on kyse. Jos pyrkimys on saavuttaa mahdollisimman laaja ja kansainvälinen kohderyhmä, verkkoviestinnän globaalien käytänteiden vaikutus lienee vahvempi. Jos taas tavoitteena on suunnata viesti selvästi määritellylle pienelle kohderyhmälle, kansallinen vaikutus ja ryhmän odotukset voivat selvästi määrätä verkkolehden sisällön ja ulkoasun.

Kuviossa 1 on mallinnettu niitä kontekstuaalisia tekijöitä, jotka vaikuttavat verkkolehtien sisältöön ja ulkoasuun (vrt. Koskela 2006a). Kuviota voidaan käyttää apuna pohdittaessa eri vaikutussuuntien painoarvoa verkkolehdistä. Konteksti ymmärretään tässä artikkelissa laajasti viestintätilanteena, ja kontekstuaaliset tekijät ovat näin ollen varsin yleisiä viestintätilanteessa vaikuttavia tekijöitä. Nämä tekijät ovat monella tavalla toisistaan riippuvaisia, eikä niitä ole helppo erottaa toisistaan edes analyttisiin tarkoituksiin, kuten tässä artikkelissa pyrin tekemään. Esimerkiksi kansalliseen kulttuuriin liittyvät piirteet ja journalistiset käytännöt ovat usein vahvasti sidoksissa toisiinsa.



Kuvio 1. Verkkolehtien kontekstitekijät

Kuten kuviossa 1 on esitetty, sanomalehtien verkkosivujen sisältöön, muotoon ja kieleen vaikuttavat kyseisen **kulttuurin mallit** siitä, millaista viestintää lehdistöltä odotetaan. Odotuksia teksteille asettavat sekä toimittajat itse että myös lehdet toimituspolitiikassaan. Samoin myös vastaanottajilla on omat odotuksensa: ollakseen kiinnostavia verkkolehtien välittämien tekstien pitää olla ainakin jossain määrin odotusten mukaisia sekä sisällöltään, muodoltaan että kielellisiltä piirteiltään.

Paitsi oman kulttuurin mallit ja odotukset verkossa vaikuttavat kuitenkin myös **globalisoituvan viestinnän mallit**. Verkkoviestintä noudattaa usein kaupallista logiikkaa (ks. esim. Sullivan 1999), ja sen muodot ovat varsin vakiintuneet (ks. esim. Stengers ym. 2004). Esimerkiksi odotuksenmukainen sivustorakenne tukee käytettävyyttä ja palvelee näin sivujen käyttäjää (Nielsen 1993).

Verkkolehtien kulttuuripiirteisiin vaikuttaa siis kaksi ”normia”. Voidaankin väittää, että yleensä verkkolehden sivuston **muoto** edustaa verkkoviestintää ja **sisältö** journalismin perinnettä. **Kieli** puolestaan heijastaa molempia, mistä johtuukin, että verkkosivujen kieli voi olla varsin heterogeenista (ks. esim. Chyi & Sylvie 2001; Koskela 2006b). Verkkoviestinnästä vaikutteita antavat verkolle tyypilliset tavat esittää asioita ja verkkoviestinnän käytännöt ja periaatteet, joissa muoto on keskeinen. Tekstien syntyyn puolestaan vaikuttavat myös journalistiset rutiinit ja käytännöt, joissa tekstit syntyvät, sekä erilaiset journalistiset tekstilajit, jotka ovat osittain kulttuurikohtaisia eli kansallisia.

Verkkolehdissä nämä erilaiset vaikutteet kohtaavat. Vertailemalla eri kulttuureista peräisin olevia verkkolehtiä tai verkkolehtiä, joilla on erilaiset kohderyhmät, voitaisiinkin pohtia, mikä vaikutussuunta kunkin verkkolehden sivuilla on voimakkaampi. Kiinnostavaa olisi myös pohtia, mistä kullekin vaikutussuunnalle annettu painoarvo johtuu ja mikä vaihtelua lopulta määrittää.

4 Pohdinta

Verkkolehtien kulttuuripiirteitä on tutkittu vähän. Tähän on monia syitä, joista yksi on se, että kulttuurieroja on eri kansallisuuksia edustavien verkkolehtien sivuilta vaikea erottaa. On siis vaikea tietää, mikä kahden eri kulttuuria edustavan lehden erojen takana on. Erot voivat johtua erilaisesta kulttuurista, mutta yhtä hyvin niiden takana voi olla kyseisen sanomalehden taloudellisen panostuksen määrä tai toimituksellinen linja.

Nykyinen verkkoviestinnän kulttuuripiirteiden tutkimus perustuu varsin vahvasti Hofsteden ja Hallin kulttuurimalleihin, eikä varsinaista omaa mallia juuri verkkoviestinnän ja vielä vähemmän verkkolehtien kulttuuripiirteiden tutkimukseen ole olemassa. Epäilemättä Hofsteden ja Hallin mallit yleisyydessään antavat monipuolisia soveltamismahdollisuuksia, mutta ne asettavat myös rajoituksia sille, miten asioita voidaan käsitellä, lähestyä ja myös mitata.

Tästä syystä olen tässä artikkelissa esittänyt yleisluontoisen tulkintamallin eri vaikutussuuntien pohdinnan lähtökohdaksi. Malli kattaa erilaisia kontekstitekijöitä, joilla on vahva yhteys toisiinsa: verkkoviestinnän piirteet ja globaali vaikutus kietoutuvat toisiinsa kuten myös kansallinen kulttuuri ja journalismi. Näiden vaikutussuuntien keskinäinen painoarvo taas ratkaisee sen, minkälainen lukijalle internetissä tarjottu verkkolehti on. Jatkossa mallia on syytä kehittää spesifimäksi siten, että se kattaisi paremmin myös erilaisten verkkolehtien tilanteet ja erottaisi ehkä myös muotoon, sisältöön ja kieleen liittyvät vaikutukset toisistaan. Tässä vaiheessa mallia voidaan kuitenkin jo soveltaa kulttuurimalleja hyödyntävän analyysin tukena.

Lähteet

Barber, W. & Badre, A. (1998). *Culturability: The Merging of Culture and Usability*. Conference Proceedings of the 4th Conference on Human Factors & the Web, Baskin Ridge NJ, USA. Saatavissa: <http://research.microsoft.com/users/marycz/hfweb98/barber/index.htm>.

Callahan, E. (2005). Cultural similarities and differences in the design of university websites. *Journal of Computer-Mediated Communication* 11, 1. [Siteerattu: 28.3.2006]. Saatavissa: <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue1/callahan.html>

Chyi, H. I. & Sylvie, G. (2001). The Medium is Global, the Content is Not: The Role of Geography in Online Newspaper Markets. *Journal of Media Economics* 14, 4, 231–248.

Engebretsen, M. (2001). *Nyhетен som hypertekst. Tekstuelle aspekter ved møtet mellom en gammel sjanger og ny teknologi*. Kristiansand: IJ-forlaget.

Ha, L. & James, E. L. (1998). Interactivity in Business Web Sites: A Content Analysis. Proceedings of the 1998 AEJMC Conference. Saatavissa: <http://list.msu.edu/archives/aejmc.html>.

Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture*. New York: Anchor Press.

- Hall, E. T. (1990). *The Hidden Dimension*. New York: Anchor Press.
- Han, K. (2003). Cultural Differences in Cyberspace: Do Traditional Cultural Dimensions Fit into Web Communication Contexts? Artikkelin: The 53rd Annual Conference of the International Communication Association, 23.–27.3.2007, San Diego, California.
- Hofstede, G. (1984). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Cross-Cultural Research and Methodology Series. Vol. 5. Abridged edition. Newbury Park: SAGE Publications.
- Hofstede, G. (1991). *Cultures And Organizations – Software of The Mind*. New York: McGraw Hill.
- Heinonen, A. (1999). *Journalism in the Age of the Net. Changing Society, Changing Profession*. Acta Universitatis Tamperensis 685. Tampere: Tampere University Press.
- Heinonen, A. (2002). Joukkotiedotuksesta moniviestintään. (Teoksessa: *Media muuttuu*. Toim. Aimo Ruusunen. Helsinki: Gaudeamus. 160–183).
- Holsanova, J. (2007). Användares interaktion med multimodala texter. (Teoksessa: *Ett vidgat textbegrepp*. Toim. Britt-Louise Karlsson & Anna-Malin Gunnarsson. Uppsala: Uppsala universitet. 41–58).
- Ihlström, C. (2004). *The Evolution of a New(s) Genre*. Gothenburg Studies in Informatics. Report 29. Göteborg: Göteborgs universitet.
- Koskela, M. (2006a). Verohallintoa verkossa. Viranomaistekstien muutospaineiden tarkastelua. (Teoksessa: *Kieli ja teknologia, Talous ja kieli IV. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja B-76*. Toim. Tuija Nikko & Pekka Pälli. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulu. 107–126).
- Koskela, M. (2006b). Writer-oriented Authorities on the Web: Features of Reader-orientation on Tax Authorities' Websites. (Teoksessa: *Explorations in Specialized Genres*. Toim. Vijay K. Bhatia & Maurizio Gotti. Bern, Berlin etc.: Peter Lang. 177–199).
- Lundberg, J. (2004). *Shaping electronic news. A case study of genre perspectives on interaction design*. Linköping Studies in Science and Technology. Dissertation No 918. Linköping: Linköpings universitet.

Marcus, A. (2005). User Interface Design and Culture. (Teoksessa: *Usability and Internationalization of Information Technology*. Toim. Nuray Aykin. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates. 51–78).

Nerone, J. & Barnhurst, K. G. (2001). Beyond Modernism: Digital Design, Americanization and the Future of Newspaper Form. *New Media & Society* 3, 4, 467–482.

Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. New York: Academic Press.

Robbins, S. S. & Stylianou, A. C. (2002). A Study of Cultural Differences in Global Corporate Web Sites. *Journal of Computer Information Systems* 42, 3–9.

Salo-Lee, L. (1996). Ei-kielellinen viestintä. (Teoksessa: *Me ja muut: kulttuurienvälinen viestintä*. Toim. Liisa Salo-Lee, Raija Malmberg & Raimo Halinoja. Helsinki: Yleisradio. 58–71).

Schmid-Isler, S. (2000). The language of digital genres – a semiotic investigation of style and iconography on the World Wide Web. Proceedings of the 33rd Hawaii International Conference on System Sciences 2000. [Siteerattu: 28.3.2006]. Saatavissa: <http://csdl2.computer.org/comp/proceedings/hicss/2000/0493/03/04933012.pdf>.

Stengers, H., De Troyer, O., Baetens, M., Boers, F. & Mushtaha, A. N. (2004). Localization of Web Sites: Is there still a need for it? Esitelmä: International Workshop on Web Engineering. Hypertext 2004. [Siteerattu: 30.3.2006]. Saatavissa: www.ht04.org/workshops/WebEngineering/HT04WE_Stengers.pdf

Sullivan, J. (1999). What are the functions of corporate home pages? *Journal of World Business* 34, 2, 193–210.

Tiina Männikkö

Ulkoisen tiedeviestinnän tekstilajeista

The aim of my article is to discuss the concept system in public science communication. The article focuses discussing the text genres used in science communication when a wide public is defined as the target audience. Among LSP-researchers three such genres have been defined, i.e. user information, popular science and science journalism (f.e. Puuronen, Koskela, Laurén & Nordman 1993: 231–235; Koskela 2002). In this article two of these genres (popular science and science journalism) are discussed more closely. The concept system describing the forms of public science communication has been insufficient, which has led to the fact that reporting research results in the area of science communication has been misleading (Kauhanen 1994: 59). I will with my article give some reasons for the insufficiency of the concept system. However, more linguistic analysis is needed in the future to clarify the concept system.

Avainsanat: tiedeviestintä, tiedejournalismi, populaaritiede

1 Johdanto

Kun tieteen saavutuksista tiedotetaan laajalle lukijakunnalle, puhutaan yleensä tieteen popularisoinnista, yleistajuistamisesta tai kansantajuistamisesta. Tällä tarkoitetaan sitä, että tieteellistä, usein sekä sisällöltään että kieleltään vaikeaa tekstiä, muokataan niin, että kuka tahansa lukija pystyy sen ymmärtämään. Muokkauksen määrä ja laatu vaihtelevat tieteenalasta ja tekstilajista riippuen, mutta yleisesti voidaan sanoa, että mitään tieteellistä tekstiä ei voida julkaista sellaisenaan laajalle yleisölle suunnatussa kanavassa. (Fjæstad 1997: 68–69; Koskela 2002: 27; Männikkö 2005: 37)

Laajalle lukijakunnalle suunnatun tiedeviestinnän käsitteitä ei kuitenkaan ole määritelty tarkasti, mikä on johtanut jopa siihen, että tiedeviestinnän tutkimuksista raportointi on ollut harhaanjohtavaa (Kauhanen 1994: 59). Tiedeviestinnässä käytetyt tekstilajit ovat myös muuttuneet ajan ja yleisen kehityksen myötä, joten tiedeviestintää kuvaava käsitejärjestelmä on siitakin syystä puutteellinen. Tarkoitukseni on tässä artikkelissa pohtia ulkoisen tiedeviestinnän (tieteenalan ulkopuolisille vastaanottajille suunnatun tieteestä viestimisen) käsitejärjestelmää ja terminologiaa erityisesti kahden tekstilajin, populaaritieteen ja tiedejournalismin,

osalta. Lähtökohtanani on lähinnä ammattikielten tutkijoiden piirissä käytetty tiedeviestinnän tekstilajeihin perustuva jaottelu. Journalismin tutkijoiden tekemiä erotteluita tekstilajien välillä en ole löytänyt.

2 Ulkoinen tiedeviestintä

Tiedeviestintä voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen viestintään sen perusteella, onko viestinnän vastaanottaja tieteenalan sisällä (saman alan tutkija tai asiantuntija) vai tieteenalan ulkopuolella oleva. Ulkoinen viestintä voidaan jakaa edelleen toisen tieteenalan tutkijoille ja asiantuntijoille suunnattuun viestintään ja yleiseen viestintään, jonka vastaanottajana on laaja yleisö. Ulkoisen, laajalle yleisölle suunnatun, tiedeviestinnän muotoja ovat *käyttäjätiedotus*, jolla tarkoitetaan yhteiskunnalliseen käyttöön tulevan tutkimuksen raportointia suoraan elinkeinoelämän palveluksessa oleville ihmisille, *populaaritiede*, jolla tarkoitetaan populaaritieteellisissä aikakauslehdissä julkaistavia artikkeleita, ja *tiedejournalismi*, jolla tarkoitetaan sanomalehtien tiedesivuilla julkaistavia artikkeleita. Populaaritiedettä ja tiedejournalismia on jaottelussa erottanut lähinnä kanava. Esimerkiksi kirjoittajien perusteella tekstilajeja ei ole aiemmin pyritty erottamaan. (Puuronen ym. 1993: 231–235; Fjæstad 1997: 49; Kauhanen 1998; Koskela 2003: 223)

Ulkoista tiedeviestintää on määritelty myös muilla tavoilla. Esimerkiksi Näslund (1987: 126) on käyttänyt ruotsin kielen termiä *fackjournalistik* (suomeksi lähinnä tietojournalismi) ja määritellyt sen viestinnäksi, jonka tehtävänä on esitellä enemmän tai vähemmän tieteellistä ainesta journalistisessa kanavassa (”i ett journalistiskt medium presentera ett mer eller mindre vetenskapligt stoff”). Journalistisen kanavan painottamisen ohella Näslund (1987: 125) on määritellyt tietojournalismin kielelliseksi välittäjäksi tieteen ja suuren yleisön välillä. Kun tieteestä tiedotetaan laajalle yleisölle, on ensin olemassaolevaa tieteellistä tekstiä aina muokattava sekä kielellisesti että sisällöllisesti huolimatta siitä, julkaistaanko teksti sanomalehden tiedesivuilla (tiedejournalismi), populaaritieteellisessä aikakauslehdessä (populaaritiede) tai jossain muualla. Ja etenkin koska journalismin laajemman määritelmän mukaan (Kuutti 2006: 73) populaaritieteelliset aikakauslehdetkin voidaan laskea journalistisiksi ja niiden julkaisemat artikkelit journalis-

tisen prosessin tuotoksiksi¹, ei Näslundin määritelmä yllä ulkoisen tiedeviestinnän tekstilajien tasolle.

3 Kaupallinen ja ei-kaupallinen ulkoinen tiedeviestintä

Journalismin yleisestikin kaupallistuttua (Kantola 1998: 22–24) on myös ulkoinen tiedeviestintä osaltaan kaupallistunut. Kaupalliset populaaritieteelliset aikakauslehdet saivat alkunsa 1980-luvun alkupuolella (Fjæstad 1997: 64). Suomessa ilmestyvistä popularisoiduista useita tieteenaloja käsittelevistä aikakauslehdistä löytyy kuitenkin edelleen sekä kaupallisia että ei-kaupallisia lehtiä. Kaupallisia, markkinoistaan taistelevia populaaritieteellisiä lehtiä edustavat esimerkiksi *Tiede* (ent. *Tiede2000*) ja *Tieteen Kuvalehti*, ei-kaupallisia populaaritieteellisiä aikakauslehtiä taas esimerkiksi Tieteellisten Seurain Valtuuskunnan julkaisema *Tieteessä tapahtuu*. Journalismin yleisen kehityksen mukaisesti erona kaupallisten ja ei-kaupallisten populaaritieteellisten aikakauslehtien välillä näyttäisi olevan ainakin kaupallisten lehtien sisältämien mainosten, kuvien ja värien määrä (vrt. Kantola 1998: 29–30).

Nopea katsaus sanomalehtien tiedesivujen ja populaaritieteellisten aikakauslehtien kirjoittajiin osoittaa, että tutkijakirjoittajien määrä kasvaa selvästi siirryttäessä kaupallisesta ei-kaupalliseen kanavaan. Vaasan yliopistossa tehdyn pro gradu -tutkielman mukaan *Helsingin Sanomien* Tiede & Luonto -sivuilla (6.9.2005–5.9.2006) julkaistuista yhteensä 52 artikkelista 13 (25 %) oli tutkijan kirjoittamaa (Nyqvist 2007). *Aamulehden* verkkolehden tiedesivuilla 1.10.–26.11.2007 välisenä aikana julkaistuista 51 artikkelista ei yksikään ollut tutkijan kirjoittama. *Tiedelehden* (7-9/2007) 27 artikkelista² 13 (48 %) oli tutkijan tai tutkijan ja toimittajan yhteistyönä kirjoittamaa. *Tieteessä tapahtuu* (6–8/2007) ei sen sijaan sisältänyt yhtäkään toimittajan kirjoittamaa artikkelia. *Aamulehden* tiedesivujen artikkelit ovat näin ollen täysin toimittajien käsialaa, kun taas *Tieteessä tapahtuu* -lehden artikkelit ovat tutkijoiden/asiantuntijoiden kirjoittamia. *Helsingin Sanomat* ja *Tiede* sijoittuvat näiden ääripäiden välimaastoon.

¹ Journalistisella prosessilla tarkoitan sitä, että lehden artikkelit ovat lehden toimituskunnan läpikäymiä ja muokkaamia. Usein esimerkiksi ingressit, otsikot, kuvat ja kuvatestit voivat olla täysin toimituskunnan tekemiä. (Männikkö 2005: 37)

² Olen laskenut mukaan kaikki lehden sisällysluettelossa artikkeliksi merkityt tekstit.

Kaupallistumiseen läheisesti liittyvä asiakaslähtöisyys toimii Kantolan (1998: 29) mukaan nykyjournalismin määrittäjänä. Asiakaslähtöisyyteen perustuen lehteä tehdään yhä enemmän lukijan, eli asiakkaan, lähtökohdista. Tämä voi tarkoittaa sitä, että lehdessä kirjoitetaan niistä asioista ja sillä tavalla, kuin asiakas haluaa. Ulkoisen tiedeviestinnän kohdalla asiakaslähtöisyys näkyy ehkä juuri siinä, että kaupallisen ulkoisen tiedeviestinnän kohdalla kirjoittajina toimivat useimmiten toimittajat, eivätkä tutkijat tai muut asiantuntijat. Laajalle yleisölle kirjoitettaessa asiantuntemusta tärkeämpää on se, että osaa kirjoittaa mielenkiintoisen, hyvin rakennetun ja myyvän tekstin.

4 Populaaritieteelliset julkaisut, onko niitä?

Ulkoisen tiedeviestinnän tekstilajit ovat muuttuneet osittain kaupallistumisestakin johtuen. Tekstilajien tyylipiirteiden määrittäminen ja käsitejärjestelmän luominen eri tekstilajien osalta on tästä syystä toistaiseksi tekemättä. Laajalle lukijakunnalle suunnatusta tiedeviestinnästä puhuttaessa käsitteitä on sotkenut myös suomen kielen vakiintumaton terminologia. Ulkoisen tiedeviestinnän synonyymeinä suomen kielessä on käytetty esimerkiksi *tieteen yleisöviestintää* (Kauhanen 1994: 55, 63) ja *tiedevalistusta* (Leikola 1994: 65–66).

Ruotsin ja englannin kielissä käytössä olevia *popularisointi-* ja *populaaritiede* -sanoja käytetään suomen kielessäkin (esim. Luostarinen & Väliaverron 2007: 40), vaikka sanojen käyttö onkin usein kyseenalaistettu suomalaisissa lähteissä. Esimerkiksi Kauhanen (1994: 61) toteaa *popularisointi*-sanan olevan epäonnistunut siksi, että se sisältää ajatuksen ihmisten jakamisesta tietäviin ja tietämättömiin. Vain pieni osa tieteen yleisöviestinnästä on Kauhasen (emt.) mukaan ns. perinteistä popularisointia.

Nopea katsaus Suomessa julkaistaviin tiedettä popularisoiviin aikakauslehtiin viittaa siihen, että esimerkiksi Kauhasen (1994: 64) kritiikki *popularisointi*-sanan elitistisestä vivahteesta on lehtien tiedossa. Suomalaiset tiedettä popularisoivat aikakauslehdet välttävät viimeiseen asti sanoja *popularisointi* ja *populaaritiede* markkinoidessaan itseään. Esimerkiksi *Tiede* mainostaa itseään suurimpana suomalaisena *tiede*lehtenä (Sanoma Magazines Finland 2008). Toinen suomalainen tiedeviestijä, *Tieteen Kuvalehti*, puolestaan on oman mainoslauseensa mukaan ”Pohjoismaisten suurin tiedettä, luontoa ja tekniikkaa käsittelevä lehti” (*Tieteen Kuvalehti* 2008). Verkkosivuillaan *Tieteen Kuvalehti* toki täsmentää olevansa ”kansainvälinen yleistajuinen tiede-aikakauslehti”. *Tieteessä Tapahtuu* -lehti kuvaa itseään yleistiede-lehdeksi, jossa julkaistaan ajankohtaisia ja yleistajuisia tiedeartikkeleita (Tieteellisten Seurain Valtuuskunta 2008). Helsingin yliopiston

julkaisema *Yliopistolehti* on omien sanojensa mukaan ”tiedelevy”, tarkemmin määriteltynä ”aikakauslehti, joka tarjoaa tutkittua tietoa ja tuoreita näkökulmia ajankohtaisista asioista mielenkiintoisesti ja ymmärrettävästi” (Helsingin yliopisto 2008). Populaaritieteellisiä aikakauslehtiä ei lehtien omien mainoslauseiden perusteella siis Suomessa julkaista, lehdet ovat omien sanojensa mukaan lähinnä tiedelehtiä, joissa artikkelit ovat ymmärrettäviä ja yleistajuisia.

5 Lopuksi

Tieteestä laajalle lukijakunnalle kirjoitettaessa käytetään useita tekstilajeja, joista tässä artikkelissa olen lähinnä käsitellyt ammattikielten tutkijoiden piirissä jaoteltuun mukaan otettuja populaaritieteellisten aikakauslehtien artikkeleita (populaaritiede) ja sanomalehtien tiedesivuilla julkaistuja artikkeleita (tiedejournalismi). Muita ulkoisen tiedeviestinnän tekstilajeja, kuten populaaritieteellistä kirjaa tai tiedettä käsittelevää artikkelia yleisaikakauslehdessä, ei tässä artikkelissa ole ollenkaan huomioitu. Artikkelissani olen kyennyt lähinnä toteamaan syitä siihen, miksi ulkoista tiedeviestintää kuvaava käsitejärjestelmä on puutteellinen ja vaatii tarkentamista. Käsitejärjestelmän tarkentaminen, ja eri tekstilajien määrittelyminen vaatii kuitenkin tarkempaa tekstilingvististä tutkimusta, johon tässä yhteydessä en ole ryhtynyt. Toimivan käsitejärjestelmän aikaansaaminen olisi kuitenkin erittäin tärkeää ulkoisen tiedeviestinnän tutkimuksenkin kannalta.

Lähteet

Fjæstad, B. (1997). Vad ryms i forskningskommunikationen? Två praktiska perspektiv. (Teoksessa: *Vetenskapens rymder. Kungl. Skytteanska samfundets årsbok 1997*. Umeå & Stockholm: Kungl. Skytteanska samfundet & Carlssons Bokförlag. 49–76).

Helsingin yliopisto (2008). *Yliopistolehti*. [Siteerattu: 15.1.2008]. Saatavilla: www.helsinki.fi/yliopistolehti/mediatiedot.htm.

Kantola, A. (1998). Barrikadeilta brandiksi – Mitä journalisti tekee ja mitä journalistissa tehdään? (Teoksessa: *Journalismia! Journalismia?* Toim. Anu Kantola & Tuomo Mörä. Porvoo: WSOY. 21–40).

Kauhanen, E. (1994). Mitä tieteen yleisöviestinnän tutkimus opettaa tutkijan ja journalismin kohtaamisesta? (Teoksessa: *Puhutaanko oikeista asioista. Tiedeva-*

listuksen tila Suomessa. Toim. Jan Rydman. Tampere: Tieteellisten seurain valtuuskunta. 55–64).

Kauhanen, E. (1998). Ajatuksia tiedejournalismin tekemisestä. (Teoksessa: *Journalismia! Journalismia?* Toim. Anu Kantola & Tuomo Mörä. Juva: WSOY. 291–316).

Koskela, M. (2002). Ways of representing specialized knowledge in Finnish and Swedish Science Journalism. (Teoksessa: *LSP & Professional communication*. Vol. 2. 27–39).

Koskela, M. (2003). Suora esitys ja sen kehystäminen tiedejournalismissa ja poliittisessa journalismissa. (Teoksessa: *Kieli ja asiantuntijuus. AFinLan vuosikirja 2003*. Suomen soveltavan kielitieteen yhdistyksen julkaisuja nro 61. Toim. Merja Koskela & Nina Pilke. Jyväskylä. 221–238).

Kuutti, H. (2006). *Uusi mediasanasto*. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.

Leikola, A. (1994). Tiede, viesti, toimittaja. (Teoksessa: *Puhutaanko oikeista asioista. Tiedevalistuksen tila Suomessa*. Toim. Jan Rydman. Tampere: Tieteellisten seurain valtuuskunta. 65–71).

Luostarinen, H. & Väliverronen, E. (1991, 2007). *Tekstinsyöjät. Yhteiskuntatieteellisen kirjallisuuden lukutaidosta*. Tampere: Vastapaino.

Männikkö, T. (2005). *Historikern som berättare i vetenskapliga och populärvetenskapliga artiklar*. Acta Wasaensia. Nro 146. Vaasan yliopisto.

Näslund, H. (1987). Fackjournalistik – en hybrid? (Teoksessa: *Facktext*. Toim. Britt-Louise Gunnarsson. Malmö: Liber. 125–142).

Nyqvist, T. (2007). *Helsingin Sanomien tieteenaloista välittämä kuva: tarkastellussa Tiede & Luonto -sivujen pääartikkelit*. Vaasan yliopisto. Viestintätieteiden laitos. Pro gradu -työ.

Puuronen, N., Koskela, M., Laurén, C. & Nordman, M. (1993). Forskningsinformation – ett mångdimensionellt spectrum. (Teoksessa: *Ammattikielet ja käännösteoria. VAKKI-symposiumi XIII*. 228–240).

Sanoma Magazines Finland (2008). *Tiede*. [Siteerattu: 15.1.2008]. Saatavilla: www.tiede.fi.

Tieteen Kuvalehti (2008). [Siteerattu 15.1.2008]. Saatavilla: www.tieteenkuva-lehti.com.

Tieteellisten Seurain Valtuuskunta (2008). *Tieteessä tapahtuu*. [Siteerattu: 15.1.2008]. Saatavilla: <http://ojs.tsv.fi/index.php/tt/issue/current>.

Simo Pieniniemi

*Lawrence Grossberg yleisökeskeisen
kulttuurintutkimuksen kriitikkona*

Since the 1980s the question of media audiences and media reception has become one of the main interests in media and cultural studies. This development has largely been based on the discovery that media texts have no fixed meanings and that audiences are able to produce their own meanings. However, all this time Lawrence Grossberg has tried to point out that this change in focus has led cultural studies to a dead end, because it has created more problems than it has solved. Grossberg argues that these problems are caused by theories which emphasize the centrality of meaning in culture and communication. These theories, he claims, can grasp neither the complexity of cultural relations nor all the significant effects that cultural practises may have. They also fail to provide any viable basis for progressive political strategies. Aside from making these criticisms, Grossberg has tried to develop a new kind of materialist theory for cultural studies using the works of Deleuze and Guattari. In this article my aim is to introduce the main points of Grossberg's criticisms and to outline his alternative version of cultural studies.

Avainsanat: Kulttuurintutkimus, vastaanottotutkimus, Lawrence Grossberg

1 Johdanto

1970- ja 1980-lukujen taitetta voi pitää yhtenä media- ja kulttuurintutkimuksen historian vedenjakajista. Tuolloin teoreettiset sekä mediatekstejä ja niitä määrittäviä rakenteita käsittelevät tutkimukset väistyivät yhä selvemmin taka-alalle, kun taas kiinnostus yleisöjä ja medioiden vastaanottoa kohtaan kasvoi räjähdysmäisesti. Semiotiikan ja jälkistrukturalismin lopullinen läpilyönti teoriarintamalla edisti monin tavoin tätä käännettä. Ne tarjosivat vahvan perustan ajatukselle, etteivät yleisöt omaksu mitä tahansa tai ole helposti manipuloitavissa vaan muodostavat mediateksteistä aktiivisesti omia tulkintojaan. Enemmän tai vähemmän tähän ajatukseen nojaten media- ja kulttuurintutkijat ovat viimeisen parinkymmenen vuoden aikana toistuvasti kysyneet, mitä tapahtuu, kun tekstit ja yleisöt kohtaavat. (Morley 1992: 18–41)

Tässä artikkelissa yleisöjen toimet eivät ole keskeisin kiinnostuksen kohde. Sen sijaan tarkastelen kulttuurintutkija Lawrence Grossbergin tutkimusten kautta, millaisia ongelmia vastaanottoon keskittyneeseen kulttuurintutkimukseen sisältyy. Rajaan tehtävän kahteen kysymykseen. Ensimmäinen koskee kulttuurintutkimuksen teoreettisia sitoumuksia ja toinen näihin sitoumuksiin perustuvia poliittisia strategioita. Lopuksi hahmottelen Grossbergin kehittämää vaihtoehtoa vastaanottotutkimukselle.

2 Vastaanottotutkimuksen teoreettisista ja poliittisista umpikujista

Kulttuurintutkimuksen kuuluisin ja varmasti myös yksi keskeisimmistä väittämisistä on se, että kulttuurituotteiden ja viestinten sisällöt ja merkitykset eivät siirry noin vain tajuntaamme, vaan me tulkitsemme niitä ja laitamme ne itse merkitsemään. Tämä väite ei pelkästään kerro maailmastamme, vaan siihen on tiivistynyt jotain olennaista myös kulttuurintutkimuksesta. Ensinnäkin kulttuurintutkimus määrittelee kulttuurin ja viestinnän mutkikkaiksi merkitysten tuottamisen, vaihtamisen ja tulkinnan prosesseiksi. Lisäksi siitä voi huomata, että kulttuurintutkimukselle merkitys on paitsi keskeinen käsite myös piste, joka yhdistää kulttuurin ja viestinnän toisiinsa. Merkitysten alueella kulttuuri ja viestintä kohtaavat toisensa ja muuttuvat jopa toistensa erottamattomiksi osiksi. Kulttuurintutkija Johan Fornäs on muotoillut tämän kulttuurin, viestinnän ja merkityksen yhteyden seuraavasti:

Kulttuuri ja viestintä liittyvät läheisesti toisiinsa. Kulttuuri muotoutuu merkityksenannon käytännöissä, toisin sanoen ihmisten välisessä symbolien vaihdannassa. Viestintä on ihmisten välistä merkitysten yhteisyyttä ja vaihtoa eli se prosessi, joka luo pohjan kulttuurille. (Fornäs 1999: 29)

Merkityskeskeisen lähestymistavan edut ovat nykyään varsin selvät, ja sen ansioista vastaanottoon keskittynyt kulttuurintutkimus on menestynyt. Lawrence Grossberg on kuitenkin huomauttanut, että kulttuurin, viestinnän ja merkityksen rinnastamisen takia kulttuurintutkijat tekevät usein kaksi teoreettista virhettä. Ensimmäinen niistä on kulttuurin määrittely teksteiksi ja todellisuuden kaventaminen merkityksiksi. Määritelmä on seurausta sinänsä ansiokkaasta pyrkimyksestä kehittää entistä hienosyisempää teoriaa viestintäprosessin ja yleisöjen toimien kuvaamiseen. Sen lähtökohtana toimii väite, etteivät ihmiset kohtaa todellisuutta suoraan, vaan sellaisten merkitysten välityksellä, joiden muotoutumiseen vaikuttavat heidän kokemuksensa tietyn kulttuurin ja yhteiskunnan jäsenenä ja viime

kädessä heidän oma identiteettinsä. Vaikka tämä väite on sinänsä virheetön, on sitä kuitenkin lavennettu turhan paljon – mikä muodostaa varsinaisen ongelman. Sen seurauksena teoria, joka korostaa, että merkityksillä on tärkeä tehtävä todellisuuden hahmottamisessa, on korvautunut käsityksellä, jonka mukaan merkitysten välityksellä avautuva todellisuus on ainoa todellisuutemme. (Grossberg 1995: 237) Samalla kaikille yhteisen todellisuuden käsitteleminen ja niiden ihmiselämän puolten ymmärtäminen, jotka eivät palaudu merkitykseen, on muuttunut äärimmäisen hankalaksi.

Toinen virheistä on kulttuurin ja viestinnän samastamisesta johtuva tapa analysoida mitä moninaisimpia kulttuurisia käytäntöjä viestintämallin avulla. Kulttuurintutkimus on kylläkin kyseenalaistanut viestinnän siirtomallin, jonka mukaan viesti kulkee jotain kanavaa pitkin lähettäjältä vastaanottajalle. Se ei kuitenkaan ole onnistunut todella haastamaan sitä ja luomaan sille vaihtoehtoa. Kulttuurintutkimus on lähinnä vain korvannut perinteisen siirtomallin käsitteet toisilla, kuten viestin tekstillä ja vastaanottajan lukijalla, ja tehnyt tästä hieman uudistetusta viestintämallista analyysistrategioidensa tukipisteen. (Grossberg 1997a: 283) Tällä ratkaisulla on ainakin kaksi kielteistä seurausta. Se pelkistää kaikki kulttuuriset suhteet tekstien ja yleisöjen välisiksi suhteiksi, joita merkitysten tuottaminen välittää (Grossberg 1995: 232). Lisäksi se kadottaa näkyvistä kulttuuriin liittyvien käytäntöjen ja vaikutusten moninaisuuden. Grossbergin mukaan viestintämallia seuraava tutkija voikin lähinnä joko jäljittää tekstien vaihtoehtoisia merkityksiä tai kuvailla yleisöjen tekemiä tulkintoja ja selittää niitä tulkitsijoiden sosiaalisella asemalla. (Emt. 56)

Koska kulttuurintutkimus on Grossbergille ensi sijassa poliittinen projekti, eivät nämä teoreettiset epäkohdat ole suurin ongelma. Varsinainen ongelma on se, että niiden pohjalta muotoillut näkemykset poliittisesta toiminnasta ja kamppailusta eivät kannu pitkälle. (Grossberg 1997b: 193–194) Niiden perusteella ensinnäkin vain kokemusta sorrosta voi pitää poliittisen vastarinnan lähteenä ja toiseksi vastarinta tulee määriteltyä usein pelkästään yleisöjen mahdollisuudeksi tuottaa omia merkityksiään, esimerkiksi tulkita mediatarjontaa omalla tavallaan. Lisäksi niihin nojaten sorrettujen elämän voi nähdä jatkuvaksi kamppailuksi vallankäyttöä vastaan. Ensimmäinen oletuksista nojaa väitteeseen, että koska sosiaaliset positiot määrittävät tapoja merkityksellistää ja kokea todellisuus, ne määrittävät myös poliittisia kantoja ja muita intressejä: että syrjitty haluaa radikaalia muutosta ja etuoikeutettu turvata asemansa. Toinen oletus siihen, että epäkohdat on mahdollista oikaista merkitysten tasolla käytävän kamppailun keinoin, koska todellisuus rakentuu ja toimii merkitysten välityksellä. Kolmas perustuu puolestaan siihen, että politiikka versoo henkilökohtaisesta kokemuksesta, ja siksi kaikista alistettu-

jen tulkinnoista ja teoista voi löytää merkkejä vastarinnasta. (Grossberg 1992: 93; Grossberg 1997a: 307–308)

Näihin oletuksiin ovat usein kompastuneet etenkin etnografinen kulttuurintutkimus sekä alakulttuurien tutkimus. Näistä esimerkkinä Grossberg mainitsee alakulttuurintutkija Dick Hebdigen tutkimukset, joissa Hebdige rakentaa sosiaalisten positioiden perusteella turhan karkean vastakkainasettelun alakulttuurien ja valtakulttuurin välille. Hebdige väittää alakulttuurien olevan poliittisesti edistyksellisiä, koska ne heijastavat suoraan marginalisoitujen tahtoa ja heidän autenttisia kokemuksiaan. Valtakulttuuri on puolestaan taantumuksellista, sillä se on hallitsevien kulttuuria hallitseville yleisöille. Etnografisen kulttuurintutkimukset lähtökohdat ovat pitkälti samat, sillä etnografit ovat usein selittäneet tutkimiansa mediayleisöjen tulkintoja heidän elämänsä ja kokemustensa avulla. Onnistuakseen tässä etnografien on pitänyt vaientaa oma äänensä ja lähestyä tutkittavien maailmaa heidän omasta näkökulmastaan. Näin tutkija on päässyt kiinni heidän aitoon kokemukseensa ja voinut antaa valtakulttuurin ulkopuolisille äänen. (Grossberg 1997a: 307–310) Molemmissa lähestymistavoissa ajatellaan siis, että marginaalissa elävät kääntävät kokemustensa voimalla hallitsevat merkitykset päällelleen, muokkaavat niiden pohjalta oman kulttuurisen koodistonsa ja tällä tavalla kاپinoivat kaiken aikaa alistamistaan vastaan. Tämä eetos on tuttu myös John Fiske'n populaarikulttuurin vastaanottoa käsittelevistä tutkimuksista. Fiske on tosin mennyt vielä askeleen pidemmälle, sillä hän väittää, että kuka tahansa voi tulkita populaarikulttuurisia tekstejä oman mielensä mukaan ja haastaa hallitsevat merkityksenantotavat (ks. Fiske 1989).

Mikä näiden lähestymistapojen varsinainen virhe sitten on? Grossbergin mielestä ne ovat ennen kaikkea liian mustavalkoisia, sillä niitä seuraava löytää vastarintaa aina sieltä, missä sorretut ja vaikkapa eliittiä edustavat mediat kohtaavat. Näin jää huomaamatta, etteivät kaikki alistettujen tulkinnat ole aina vastarintaisia eivätkä heidän tekonsa ole välttämättä edistyksellisiä. Ei ole mitenkään mahdotonta, että sorrettu onkin täysin patavanhoillinen tai että kunnon keskiluokkainen osoittautuu äärimmäisen radikaaliksi. On myös turhan optimistista ja epärealistista ajatella, että alistetut kamppailisivat jatkuvasti tai voisivat ratkaista kaikki ongelmansa pelkästään merkitysten tasolla. Merkitykset eivät nimittäin vaikuta millään tavalla kaikkiin ihmisten elämää määrittäviin laajempiin ja hyvinkin todellisiin valtarakenteisiin. Niiden horjuttaminen edellyttäisi tuotettujen merkitysten muuttamista kollektiiviseksi toiminnaksi, siis astumista merkitysten alueelta sen ulkopuolelle. (Grossberg 1992: 94–96; Grossberg 1997a: 283–285) Silti vielä sekään ei takaisi muutoksen toteutumista eikä sitä, että muutos toteutuisi juuri halutulla tavalla.

Perustavin ongelma Grossberg mielestä onkin seuraava. Kun politiikka kiinnitetään henkilökohtaiseen kokemukseen, se vaikeuttaa kollektiivista toimintaa suosimalla identiteetin politiikkaa. Vaikka ”henkilökohtainen on poliittista” -ideaan perustuva identiteetin politiikka on monin tavoin edistyksellistä, liitetään siihen Grossbergin mukaan turhan usein oletus, että ongelmia ovat päteviä käsittelemään vain ne, joilla on niistä omakohtaista kokemusta, ja että poliittinen on pelkästään henkilökohtaista. Pelkkä oman kokemuksen kuvaaminen tai henkilökohtaiset ratkaisut eivät kuitenkaan riitä, sillä poliittinen kamppailu vaatii lähes poikkeuksetta myös tekoja julkisella alueella. Lisäksi identiteetin politiikan nimissä poliittisilta ryhmittymiltä on edellytetty usein yhteistä identiteettiä. Koska minkään sosiaalisen position poliittista kantaa ei kuitenkaan ole määritelty etukäteen, on tämä vaatimus synnyttänyt monia sisäisesti ristiriitaisia liittoutumia, jotka ovat hajonneet omaan mahdottomuuteensa. (Grossberg 1992: 364–368; Grossberg 1997a: 335) On unohdettu, että vaikka ihminen olisi mustaihoinen ja nainen, hän ei välttämättä jaa samoja kokemuksia, tavoitteita eikä samaa poliittista kantaa muiden kaltaistensa kanssa.

3 Spatiaalinen materialismi vastaanottotutkimuksen vaihtoehtona

Edellä kuvattujen ongelmien ratkaisemiseksi tarvitaan Grossbergin mukaan teoriaa, jolle merkitykset eivät ole kaikki kaikessa ja jolla voidaan kuvata kulttuurin liittyvien vaikutusten mutkikkuutta. Grossberg (1995: 238) korostaa, että ihmisten suhdetta kulttuurisiin teksteihin määrittää varsin harvoin pelkkä merkitysten tulkitseminen. Tämän Grossberg huomasi varsin konkreettisesti luennoissaan rockmusiikista, kun hänen oppilaansa eivät joko lainkaan nähneet hänen rockkappaleista löytämiään merkityksiä tai ne tunnistaessaan pitivät niitä täysin epäolennaisina (emt. 57). Teksteillä voi siis olla monia sellaisia vaikutuksia, jotka eivät liity merkitykseen tai jotka ovat merkitysvaikutuksia tärkeämpiä. Esimerkiksi musiikki voi saada kehoni värähtelemään tahdissaan tai television lähetysaikataulu saattaa määrittää päiväni kulun. Lisäksi näillä tekstien välittömillä vaikutuksilla on yleensä omat seurannaisvaikutuksensa. (Emt. 238–240) Voin vaikkapa myöhästyä tärkeästä tapaamisesta, kun jään katsomaan televisiosta jatkoajalle venynyttä jalkapallo-ottelua. Vaikutusten ketju ei siis välttämättä katkea yleisöjen reaktioon. Näistä syistä viestintämallia tai vastaanottoa ei voida pitää itsestään selvänä lähtökohtana, kun halutaan ymmärtää tekstien vaikutuksia ihmisten elämään. Grossberg (1997a: 312) väittääkin, että tekstien ja yleisöjen suhteen analysoimisen sijaan tutkijan haasteena on kuvata niitä reittejä, joita pitkin vaikutukset

leviävät ja hajautuvat ympäristöön, sekä selvittää, miksi jotkin reitit ovat yleisempiä kuin toiset.

Vastatakseen tähän haasteeseen Grossberg on kehittänyt monissa teksteissään Gilles Deleuzen ja Félix Guattarin sekä Michel Foucault'n töiden pohjalta spatioaaliseksi materialismiksi kutsumaansa teoriaa (ks. Wiley 2005). Toisin kuin merkitysteorioissa spatiaalisessa materialismissa ei kyseenalaisteta yhteisen todellisuuden asemaa. Deleuzea ja Guattaria seuraten Grossberg ajattelee, että todellisuus on pohjimmiltaan eräänlaista virtausta, joka ei ole jakautunut valmiiksi eri luokkiin (Deleuze 2005: 52–55). Esimerkiksi ihminen ja kone tai kieli ja todellisuus eivät ole tässä lähestymistavassa ainakaan lähtökohtaisesti toistensa vastakohtia. Sen sijaan ne ja monet muut elementit muodostavat jatkuvasti uudenlaisia yhdistelmiä ja vaikuttavat toinen toisiinsa. Guattaria lainaten Grossberg esittää, että esimerkiksi kirja ei ole itseensä sulkeutunut yksikkö, jota pitäisi tulkita todellisuuden esityksenä. Kirja on pikemminkin osa rihmastomaisesti rakentunutta todellisuutta, sillä sen luonteeseen kuuluu, että se rönsyilee omien rajojensa yli. Toisin sanoen kirja ei toimi vain merkityksen tai kielen tasolla, vaan sillä voi olla vaikutuksia myös monilla muilla tasoilla – ja nämä vaikutukset voivat syntyä merkityksen välityksellä tai ilman. Kirjalla voi olla esimerkiksi taloudellisia vaikutuksia ja niistä poikkeavia poliittisia vaikutuksia. (Grossberg 2005: 242–244)

Jotta tästä tilanteesta saisi otteen, on siis luovuttava tulkinnan projektista ja katsottava kulttuuristen tekstien ja käytäntöjen ulkopuolelle. Sen sijaan, että kysyttäisiin, mitä jokin teksti tarkoittaa, tulisi Grossbergin mukaan selvittää, miten teksti tai käytäntö muuttaa maailmaa, millaisia vaikutuksia se tuottaa ja mikä puolestaan on vaikuttanut sen syntyyn. Grossbergin sanoin: on kuvattava ”tapahtuman paikkaa mutkikkaassa vaikutusten verkossa – tapahtumien vaikutuksia toisaalla, toisissa tapahtumissa, samoin kuin toisten tapahtumien vaikutuksia siinä”. Käytännössä tällaisessa analyysissä edetään hieman samalla tavalla kuin karttoja piirrettäessä, vetämällä viivoja ja yhteyksiä erilaisten käytäntöjen, tapahtumien ja pisteiden välille. (Emt. 245–246) Kartanpiirtäjän tavoin tutkijan tulee hahmotella sitä teiden verkostoa, joka yhdistää tämän käytännön tuohon vaikutukseen ja tämän vaikutuksen taas risteyksestä riippuen tuohon tai tähän seurannaisvaikutukseen, ilmiöön ja niin edelleen. Valmiissa analyysissä kulttuuriset käytännöt ja tapahtumat ovat eräänlaisia pisteitä kartalla, tiet niiden välillä niitä yhdessä pitäviä lankoja ja laajemmat tieverkostot koko rakennelmaa koossa pitäviä komponentteja. (Grossberg 1992: 106–108; Grossberg 1995: 261–262)

Karttojen piirtämisessä on tiettyssä mielessä kyse niiden kontekstien rakentamisesta, jotka liittävät tapahtuman tai käytännön muihin käytäntöihin ja näin tekevät siitä juuri sen, mikä se on. Otetaan esimerkiksi kysymys, miksi rock-musiikki

syntyi 1950-luvulla ja miksi nuoret ottivat sen omakseen. Vastauksessa on Grossbergin mukaan otettava huomioon rockin ja nuorten suhde aikakauden muihin tapahtumiin. Viiva on piirrettävä rockista muun muassa taiteisiin, kirjallisuuteen ja niistä edelleen elokuvaan sekä ensiaskeleensa ottavaan televisioon. Kartalle on otettava myös niin kylmän sodan politiikka, taloudellinen nousukausi kuin toisen maailmansodan kaltaisten historiallisten merkkipaalujen muistot. (Grossberg 1995: 68–69)

Mitä 1950-luvulla sitten varsinaisesti tapahtui? Grossberg kirjoittaa, että tuolloin nuoret tajusivat selvästi elävänsä ristiriitaisessa maailmassa. Vaurautta oli yllin kyllin, mutta ei juurikaan mitään tekemistä. Nuoriin panostettiin, mutta silti he kokivat itsensä osattomiksi. Myös katastrofin uhka oli jatkuvasti läsnä. Tämä ristiriita läpäisi nuorten kokemuksen ja sitä käsittelevät monet elokuvat ja romaanit, kuten *Sieppari ruispellossa*. Rock syntyi reaktiona tähän tilanteeseen. Se tarjosi nuorille keinon paeta tylsyyttä, nauttia ja kokea ruumiillista mielihyvää. Rockissa oli kyse halujen toteuttamisesta tässä ja nyt, rytmistä saatavasta elämänvoimasta ja ilosta. Se oli eräänlaista halujen ja intohimojen kapinaa aikuisten kuivakasta ja rationaalista maailmaa kohtaan. Pohjimmiltaan rockissa oli kuitenkin kyse siitä, että musiikki koettiin niin tärkeäksi ja musiikista välitettiin niin paljon, että se teki elämästä mielekkään. (Emt. 69–70)

Vaikka esimerkkiä ei viedä aivan konkreettiselle tasolle, siitä ilmenee mielestäni kolme tärkeää seikkaa. Ensinnäkin yksinomaan rockiin sisältyvillä sanomilla tai yleisön henkilöhistorialla ei voi selittää sitä, miksi rock vaikutti nuoriin juuri edellä kuvatulla tavalla: nautintoina, mielihyvänä, intohimona. Selityksessä on otettava huomioon myös muut yhteiskunnalliset ja kulttuuriset tapahtumat, joiden vaikutukset tuntuivat niin talouden, merkityksen kuin politiikan tasoilla. Rockin ja nuorten erityislaatuinen suhde ja rockin vaikutus nuoriin oli nimittäin seurausta niiden paikasta tässä laajemmassa tapahtumien verkossa. Toiseksi kulttuurisilla käytännöillä on usein myös muita kuin merkitystason vaikutuksia, esimerkiksi aistimellisia vaikutuksia, kuten rockilla. Kolmanneksi käytännöt ovat ainoastaan piste monilla tasoilla toteutuvien vaikutusten kiertokulussa. Emme lopultakaan voi sanoa juuri mitään sen perusteella, miten joku kokee rockmusiikin tai lukemansa kirjan. Meidän on myös kysyttävä, millaisia mahdollisuuksia nämä käytännöt avaavat ja millaisia sulkevat, millaisia niiden seurannaisvaikutukset ovat. Rockin ehkä merkittävin seurannaisvaikutus oli se, että suhde musiikkiin antoi nuorille voimaa ja vahvasti heidän otettaan omasta elämästään. Se, että musiikki koettiin tärkeäksi, loi tavallaan mahdollisuuden löytää mieltä muistakin asioista. Rockin avulla nuoret sanoivat ei aikuisten maailmalle ja käänsivät nuoruuden mahdollisuudeksi kokea iloa ja varmuutta tylsässä ja epävarmassa maailmassa (Grossberg 1992: 152–154).

Kartat eivät kuitenkaan paljasta mitään lopullisia totuuksia. Uusia viivoja on piirrettävä jatkuvasti, sillä tapahtumien, käytäntöjen ja ilmiöiden suhteet muuttuvat kaiken aikaa. Aiemmin edistyksellinen voima tai käytäntö voi osoittautua uudessa yhteydessä taantumukselliseksi ja päinvastoin. Ajatellaan vaikkapa oikeiston yritystä vetää työväestön edut oman aatemaailmansa piiriin ja tehdä heistä politiikkansa tukijoita. Vaikka se ei tässä ole täydellisesti onnistunutkaan, jo pelkkä yritys kertoo siitä, että suhteet kartalla ovat muuttuneet tavalla, joka on heikentänyt perinteisesti vahvaa linkkiä työväestön ja edistyksellisen politiikan välillä. Tässä yhteydessä parempi esimerkki voisi olla aktiivisen vastaanottajan kohtalo. Pitkään vallinneen näkemyksen mukaanhan vastaanottajien kyky tulkita tekstejä eri tavoilla palvelee heidän omia etujaan. Jostein Gripsrud on kuitenkin osoittanut, että myös mediayhtiöt voivat hyödyntää sitä. Esimerkiksi televisio-ohjelmia on rakennettu erilaisiin tulkintoihin kannustaviksi, jotta ne houkuttelisivat mahdollisimman laajan ja moniaineeksisen yleisön. (Gripsrud 1995: 142–143)

Edellä esitetyn voi tiivistää seuraavasti: eri käytäntöjen vaikutuksia ei voida tietää etukäteen, ja siksi esimerkiksi yleisöjen kyky tuottaa erilaisia tulkintoja ei aina-kaan kaikissa tilanteissa takaa sitä, että yleisöt olisivat niskan päällä. Tulkintojen vaikutukset voivat osoittautua vähintäänkin ristiriitaisiksi. Grossbergin hengessä voidaan todeta, että tekstin, tulkinnan tai käytännön merkitys selviää vasta sitten, kun sen sijoittaa sitä ympäröivien tapahtumien verkkoon. Tulkinnan merkityksen selvittämiseksi on seurattava vaikutusten ketjua ja kysyttävä, missä kyseisen tulkinnan vaikutukset sijaitsevat ja onko se sittenkään ratkaisevin tekijä konkreettisten vaikutusten kannalta. Jos taas haluamme ymmärtää aiemmassa esimerkissä mainitun työväen vaikutukset politiikkaan, emme voi kysyä pelkästään, mitä työväestö on. On kysyttävä, mitä työväestö tekee, miten sen toimet vaikuttavat maailmaan ja mikä saa sen toimimaan niin kuin se toimii.

Grossberg uskoo, että hänen kehittämänsä lähestymistapa avaa myös mahdollisuuden aiempaa käytännönläheisemmälle politiikalle. Sen lähtökohtana on kuvata karttojen avulla, miten ihmisten arkiset ja ehkä miellyttävätkin toimet saattavat tukea sellaisia rakenteita, jotka alistavat heitä, tai aiheuttavat seurauksia, joista he eivät ole tietoisia tai joita he eivät toivoisi. Kartat eivät kuitenkaan ole kuvia pelkistä tappioista, vaan ne piirtävät esiin myös murtumakohdat ja mahdolliset kamppailun paikat. (Grossberg 1995: 260–264) Karttojen avulla voidaan saada selville, mitkä kamppailut ovat ylipäättään mahdollisia, mikä kamppailu voi kannattaa ja mistä on todennäköisesti odotettavissa tappio – millaisia vaikutuksia milläkin teolla on. Koska kartat siis hahmottelevat kuvan elämää määrittävistä voimista ja nimeävät ongelmat, ne myös luovat perustan yhteiselle kokemukselle ja yhteisille tavoitteille. Tällä tavalla ne kannustavat muodostamaan poliittisia yhteenliittymiä, joissa ihmiset voisivat toimia yhteisen päämäärän eteen identitee-

teistään ja eroistaan huolimatta ja jotka siksi olisivat voimakkaampia kamppailussa niitä rakenteita vastaan, jotka määrittävät heidän elämäänsä.

4 Grossbergin vaikutus kulttuurintutkimukseen

Grossbergin projekti on kaiken kaikkiaan varteenotettava yritys määritellä kulttuurintutkimukselle uusi suunta. Grossbergille ei ole riittänyt, että käsitys aktiivisesta vastaanottajasta on ajan myötä menettänyt arvoaan ja kohdannut kritiikkiä, sillä turhan monet siihen liittyvät painotukset ovat jääneet elämään. Edelleen ajatellaan varsin usein, että viestinnässä ja kulttuurissa on kyse ennen muuta merkitysten tuottamisesta ja että vastaanottotapahtuma on mediavaikutusten kannalta ratkaisevin vaihe. Se, mitä Grossbergin mielestä tarvitaan, on aiemmasta poikkeava tapa analysoida kulttuurisia käytäntöjä. Siksi Grossberg on Deleuzeen ja Guattariin nojaten kehittänyt lähestymistapaa, jonka avulla tutkija voi päästä kulttuuristen tekstien moninaisten ja eri tasoilla toteutuvien vaikutusten jäljille sekä kuvata kulttuuristen käytäntöjen ja muiden tapahtumien mutkikasta vuorovaikutusta. Vähintään yhtä tärkeää on se, että Grossberg myös kehottaa kysymään uusia kysymyksiä. Grossbergin teoria ei tarjoa valmiita vastauksia ja johtopäätöksiä kulttuuristen käytäntöjen luonteesta, vaan pakottaa tutkijan lähestymään kohdettaan avoimin silmin ja kunnioittamaan kunkin tapahtuman ainutkertaisuutta.

Mikäli Grossbergin työtä arvioidaan hänelle itselleen luonteenomaisella tavalla ja kysytään, millaisia vaikutuksia se on tuottanut, ei sitä voi pitää kaikkein onnistuneimpana. Grossbergin teorioita ei ole sovellettu kovinkaan paljoa eivätkä ne ole herättäneet erityisen suurta vastakaikua. Osaltaan tämä johtuu siitä, etteivät ne tarjoa valmiita vastauksia eivätkä ole helposti sovellettavissa, vaan vaativat työstämistä. Hänen teoriansa alkavat elää, kun ne kytetään toisiin näkökulmiin ja konkreettiseen ongelmaan ja kun niiden annetaan vaikuttaa toinen toisiinsa. Grossbergin teorioiden vastaanottoon on vaikuttanut varmasti sekin, ettei hän esitä ajatuksiaan aina järin selkeästi. Hänen kirjoituksensa kulkevat välillä erittäin abstraktilla tasolla ja hyppäävät hyvinkin nopeasti aiheesta toiseen. Grossberg ei niin ikään tarjoa mitään kokonaisesitystä tai yhteenvetoa ajatuksistaan. Sitä etsivä saa koota sen monista eri läheistä, vetää viivan artikkelista a kirjaan b ja jatkaa tätä niin pitkään, kunnes jonkinlainen kuva maastosta alkaa hahmottua. Kyse ei tietenkään ole pelkästä esitystavasta – Grossbergin teoria on suhteellisen vaikea. Perustavin syy vähäiseen kiinnostukseen lienee kuitenkin se, että kovin moni ei ole nähnyt tarpeelliseksi muuttaa kulttuurintutkimuksen teoreettista perustaa ja tutkimuskäytäntöjä. Esimerkiksi Johan Fornäs (2000) on kyseenalaistanut Grossbergin tavoitteet ja puolustanut merkityskeskeistä lähestymistapaa.

Grossberg ei toki ole jäänyt täysin vaille huomiota. Suomessa esimerkiksi Ensio Puoskari on tehnyt Grossbergista väitöskirjan, jossa hän selvittää Grossbergin ajattelua ja käy läpi mediatutkimuksen teoriahistoriaa grossbergilaisittain (ks. Puoskari 2005). Lisäksi uskontotieteilijä Teemu Taira on hyödyntänyt Grossbergin teorioita useissa tutkimuksissaan (ks. Taira 2006). Toisaalta Grossbergin aika voi vielä koittaa. On hyvin ymmärrettävää, etteivät Grossbergin lähestymistapa ja teorit tähän mennessä ole kiinnostaneet kovinkaan monia, sillä ne nojaavat teoriaperinteeseen, joka on suhteellisen vieras ja poikkeaa kulttuurin- ja mediatutkimuksen vallitsevista painotuksista varsin selvästi. Koska Grossbergin innoittajien Deleuzen ja Guattarin suosio on viimeisten vuosien aikana kasvanut kiihtyvään tahtiin ja heidän ajattelutapansa vetoaa yhä useampaan, on hyvinkin mahdollista, että ilmapiiri on kehittymässä otollisemmaksi myös Grossbergin ajatuksille.

Lähteet

Deleuze, G. (2005). *Haastatteluja*. Helsinki: Tutkijaliitto.

Fiske, J. (1989). *Television Culture*. London: Routledge.

Fornäs, J. (1999). Digitaaliset rajaseudut. (Teoksessa: *Johdatus digitaaliseen kulttuuriin*. Toim. Aki Järvinen & Ilkka Mäyrä. Tampere: Vastapaino. 29–50).

Fornäs, J. (2000). The Crucial In Between. *European Journal of Cultural Studies* 3, 46–65.

Gripsrud, J. (1995). *Dynasty Years*. London: Routledge.

Grossberg, L. (1992). *We Gotta Get Out of This Place*. London: Routledge.

Grossberg, L. (1995). *Mielihyvän kytkennät*. Tampere: Vastapaino.

Grossberg, L. (1997a). *Bringing It All Back Home*. Durham, NC: Duke University Press.

Grossberg, L. (1997b). *Dancing In Spite of Myself*. Durham, NC: Duke University Press.

Morley, D. (1992). *Television, Audiences and Cultural Studies*. London: Routledge.

Puoskari, E. (2005). *Populaari, viestintä ja artikulaatio*. Tampere: Tampere University Press.

Taira, T. (2006). Lempitutkimukseni. *Kulttuurintutkimus* 23, 77–80.

Wiley, S. B. C. (2005). Spatial Materialism. Grossberg's Deleuzean Cultural Studies. *Cultural Studies* 19, 63–99.

Juha Suoranta

Rancière radikaalista tasa-arvosta ja kasvatuksesta

In this article I examine French philosopher Jacques Rancière's (1940–) radical pedagogical thinking in his book *The Ignorant Schoolmaster* (1991). In this intervention in philosophy and politics of education Rancière studies his countryman's Joseph Jacotot's (1770–1840) ideas on teaching and learning without authorities titled as emancipatory or panecastic method of teaching that stated: “teach what you don't know.” Rancière uses these themes as means of criticism towards sociologist Pierre Bourdieu's reproduction thesis, and French revisionist educational policies in general. More positively Rancière develops and defends an enlightened idea of radical equality, which is useful in re-evaluating the overall project of modernity in terms of education as one of its grand narratives as well as developing new autonomic spheres of learning and participation both in education and journalism.

Avainsanat: kasvatustiete, itseohjautuvuus, radikaali tasa-arvo, valistus, emansipaatio

1 Johdanto

Tarkastelen artikkelissa ranskalaisfilosofi Jacques Rancièren (s. 1940) teoksessaan *Le maître ignorant: Cinq leçons sur l'émancipation intellectuelle* (1987) esittämää kriittisen kasvatusteorian kritiikkiä ja radikaaliin tasa-arvoon tähtäävää niin kutsuttua emansipatorista opetusmenetelmää¹. Tiivistäen Rancière pohtii sellaista kasvatustiete- ja koulutuskulttuuria, joka perustuu itseoppimiseen ja muilta oppimiseen ilman opetuksen ja oppimisen ulkopuolista auktoriteettia: opeta sitä, mitä ja mistä et tiedä. Tämän ajatuksen hän on omaksunut vuosina 1770–1840 eläneeltä Joseph Jacotot -nimiseltä yksityisajattelijalta, joka kehitti emansipatorista opetusmetodia 1800-luvun alussa Ranskassa ja Alankomaissa, ja liittänyt sen osaksi kehittelemäänsä radikaalin tasa-arvon ideaa. Radikaali tasa-arvo edustaa

¹ Käytän kirjan englanniksi käännettyä laitosta *The Ignorant Schoolmaster. Five Lessons in Intellectual Emancipation* (1991) eli Tietämätön oppimestari. Viisi oppituntia älyllisestä emansipaatiosta.

lähinnä filosofista modernisaatiokritiikkiä antaen mahdollisuuden journalistiseen ja pedagogiseen kritiikkiin, sekä viestinnällisten ja kasvatuksellisten käytäntöjen, kuten osallisuusmedian ja yhteisöllisen oppimisen arviointiin ja kehittämiseen.

2 Radikaali tasa-arvo ja koulutuksen järjestelmälogiikan kritiikki

Kriittisen teorian ja kriittisen pedagogiikan teorian yleistavoitteena on pidetty juuri yhteiskunnallisten mahdollisuuksien tasa-arvoa ja koulutusmahdollisuuksia kaikille (ks. McLaren & Kincheloe 2007). Näihin tavoitteisiin on pyritty erilaisin 'hyvinvointipoliittisin' menetelmin.

Yksi modernin yhteiskunnan todellisista saavutuksista on se, että kansanjoukkojen ja henkisyiden vastakkainasettelu on poistunut. Koulutusinstituutiot ovat kohottaneet kansakuntien luku- ja laskutaidon tasolle, jollaisesta 1800-luvulla ei edes haaveiltu,

kirjoittaa sosiologi Richard Sennett (2007: 83). Vaikka sosiaalinen liikkuvuus on noussut, koulutussosiologit ovat kuitenkin havainneet, ettei yhteiskunnallisen ja koulutuksellisen tasa-arvon tavoitetta ole saavutettu kuin osittain edes Pohjoismaissa.

Syiksi tähän on esitetty tilanneanalyseja, joista tunnetuin on sosiologi Pierre Bourdieun (Bourdieu & Passeron 1990) teoria koulutuksen alueella tapahtuvasta yhteiskunnallisten suhteiden uudelleen tuottamisesta eli reproduktiosta. Tämän teorian mukaan koulutus säilyttää olemassa olevat yhteiskunnalliset erot. Uusinkaan korjausliikkein, erilaisia oppimisesteitä poistamalla ja koulutustukijärjestelmin, ei ole pystytty kitkemään koulutuksellista tai muuta huono-osaisuutta. Lisäksi moderneissa yhteiskunnissa on syntynyt työvoiman globaalista tarjonnasta, tuotannon automaatiosta ja väestön ikääntymisestä johtuva "hyödyttömyyden peloksi" kutsuttu sosiaalinen ja koulutuksellinen ongelma (Sennett 2007: 81–98). Ja sitä hoitamaan ja ratkaisemaan on luotu massiivinen koulubyrokraatia ja roppakaupalla uutta hallintoa.

Rancièren (2004: 174–184) mukaan nämä 'hyväntahtoisten' koulutussosiologiiden ja koulubykraattien esittämät analyysit ja niihin perustuvat poliittiset korjaustoimenpiteet ovat kuitenkin perustavasti väärä ja riittämättömiä ihmisten välisen radikaalin tasa-arvon lisäämiseksi tai saavuttamiseksi. Radikaalin tasa-arvon tavoittelussa on mentävä juuriin ("ja ihmisen juuri on ihminen itse") luottamatta paljontaan siihen, että järjestelmä toteuttaisi tasa-arvon ihmisten puolesta. Juuriin

meneminen tarkoittaa paitsi tasa-arvon ja vastaavien käsitteiden parissa tehtyä teoreettista työtä, myös ihmisten sosialisointien osallistuvien yhteiskunnallisten laitosten ja kasvatuksellisten käytäntöjen pohdintaa ja uudelleen luomista. Radikaali tasa-arvo perustuu ilmoitukseen kaikkien yhtäläisestä, tahdonalaisesta älystä ja sen käytöstä.

Rancière on ennen muuta poliittisen filosofian ja tasa-arvon teoreetikko, jolle keskeinen kysymys näyttää olevan ”tasa-arvon poissaoleva läsnäolo”; hänelle mikään sosiaalinen järjestys ei takaa eikä luo tasa-arvoa, eikä sitä myöskään voida pelkästään vaatia.¹ Rancièren mukaan tasa-arvoa harjoitetaan käytännössä: tasa-arvo verifioidaan (Dillon 2005: 430–431). Näin käy ymmärrettäväksi Rancièren kiinnostus myös kasvatuksen menetelmistä ja järjestelmistä yksinä demokraattisen vallankäytön *muotoina*. Koulu on perustava yksilöiden ja poliittisen järjestelmän välitysmuoto moderneissa yhteiskunnissa, jonka erityisyys piilee sen kyvysssä esiintyä demokratian valepuvussa (Rancière 1995: 52). Koulu esittää itsensä tasa-arvoisia mahdollisuuksia luovana demokratian muotona, *meritokraattisten mahdollisuuksien tasa-arvona*, mutta tämä ei täytä Rancièrelle keskeisiä *radikaalin tasa-arvon* vaatimuksia².

Tältä perustalta hän on arvostellut bourdieulaisten koulutussosiologian uusintamisoletuksia ja niiden pohjalta harjoitettua koulutuspolitiikkaa. Hänen mielestään Bourdieu on rakentanut teorioillaan käsityksen intellektuaalisesta ylimystöstä, ”sosiologikuninkaista”, jotka tietävät ihmisten asiat ja tilanteen aina paremmin kuin nämä itse. Koulutussosiologioiden pitäisi Rancièren mukaan pystyä parempaan, eli muuhunkin kuin tämän tunnetun ilmiön erittelyyn ja toistamiseen, sekä oman asiantuntemuksensa legitimointiin hienostuneiden erittelyidensä avulla, ”voittoon kaikissa erissä”, kuten Rancière (1995: 52) huomauttaa. Tässä lienee syy myös siihen, miksi Rancière ylipäätään kiinnostui Joseph Jacotot’n ”intellektuaalisesta seikkailusta”, ehdotuksesta kouluttomaksi maailmaksi ilman opettajia, jotka tietä-

¹ Rancièren tutkimustoiminnasta erottuu kaksi vaihetta. Ensimmäisellä kaudella hän omistautui sosiaali- ja poliittiselle filosofialle. Toisella kaudella hän siirtyi estetiikan kysymyksiin. Näitä tutkimuskohteita yhdistää kiinnostus sosiaalisen ja poliittisen hallinnan ja emansipaation kysymyksiin kytkeytyen uskomukseen, jonka mukaan filosofin tehtävä ei ole antaa ääntä äänettömille, vaan lisätä oma ääni muiden äänten joukkoon, kuulla ja kuunnella ennemminkin kuin tulkita. Ja näin auttaa ääniä kaikumaan, lisätä äänettömien voimaa. (Deranty 2003: 137)

² Meritokratiasta ja sen aatehistoriasta (Goldthorpe 1997) sekä meritokratiaan sisältyvien ”potentiaalisen kyvykkyyden” ja lahjakkuuden ajatusten ongelmista ja kritiikistä (Sennett 2007: 99–122).

vät aina paremmin kuin oppilaansa; maailmaksi, jossa opettajat ja oppilaat voivat oppia yhdessä.

Rancière on esittänyt kritiikkiä myös poliittisen reformivasemmiston koulutuspoliittisia tasa-arvonäkemyksiä kohtaan. Reformivasemmisto on bourdieulaisia tutkimustuloksia hyväksi käyttäen vesittänyt radikaalin tasa-arvon mahdollisuudet luomalla yhä uusia koulutusuudistuksia, huono-osaisten auttamisjärjestelmiä ja erityisopetusta eli toisin sanoen tuottanut toiminnallaan säilyttävää yhteiskunnallista järjestystä tai 'yhteiskuntapedagogiikkaa' ihmisten välisine asiantuntija- ja muine hierarkioineen (esim. sosiologi – opettaja – oppilas). Lisäksi koulutusreformiaattorit ovat saattaneet opetuksen valtion toimeksi, luoneet opetukselle ylhäältä annetut pelisäännöt ja tavoitteet sekä järjestäneet väestön kyseenalaistamattomiin ja sovinnaisiin luokkiin (sekä yhteiskunta- että koululuokkiin).

Meritokraattisessa yhteiskunnassa, jossa perityn aseman antamat yhteiskunnalliset edut ja mahdollisuudet on korvannut potentiaalinen kyvykkyys ja niin kutsuttu lahjakkuus, tietävät tarvitsevat tietämättömiä, asiantuntijat ”kyvyttömiä”. Tähän perustuvassa 'pedagogisessa myytissä' oletetaan alempi ja ylempi intelligenssi.

Edellinen tekee havaintoja sattumanvaraisesti, säilyttäen, tulkiten ja toistaen niitä empiirisesti, tottumusten ja tarpeidenvaraisesti. Tämä on pienen lapsen ja kadunmiehen älykkyyttä. Ylempi intelligenssi tietää asioista järjen avulla, noudattaa yksinkertaisesta monimutkaiseen ja osista kokonaisuuteen etenevää metodologiaa. Tämä äly suo mestarille mahdollisuuden siirtää tietoa muokaten sillä oppilaan älyllisiä kykyjä, ja arvioida, onko oppilas ymmärtänyt tyydyttävästi oppimansa. (Rancière 1991: 7)

Rancièren päätavoite ei ole bourdieulaisen koulutussosiologisen teorian kritiikki sinänsä, vaan ennen kaikkea valtio- ja politiikan teorian kehittäminen tasa-arvon käsitteen uudelleen arvioimiseksi. Rancière edustaa *radikaalia tasa-arvoa*, jonka pohjana ovat valistusfilosofien teesit kaikkien ihmisten tasa-arvoisuudesta säädystä, suvusta tai taustasta riippumatta, sekä kasvatuksen ja itsekasvatuksen merkityksen korostaminen. Immanuel Kantin vuonna 1784 kirjoittamin sanoin: ”Valistus on ihmisen pääsemistä ulos hänen itsensä aiheuttamasta alaikäisyyden tilasta” (Kant 2007: 87).

Nämä valistuksen teesit Jacotot kuitenkin muotoilee uudelleen sanoutumalla irti kaikenlaisesta alamaisuuteen tähtäävästä järjestelmälogiikasta, tai virkakunnalle sopivasta tottelemisesta ja yksityisen järjen käytöstä. Jacotot'n asenne on ennen kaikkea toteava, sillä tehtävä on yksinkertainen: ”Kaikille on ilmoitettava, kaikkialla ja kaikissa tilanteissa, uutinen ja käytäntö: on mahdollista opettaa sitä, mitä ei tiedä. Köyhä ja oppimaton isä voi näin alkaa opettaa lapsiaan: *ensin on opittava*

jokin yksi asia ja sitten liitettävä muut asiat tämän opitun asian yhteyteen tämän periaatteen mukaan: jokaisella on saman verran älyä.” (Rancière 1991: 101)

Tällaista pedagogiikkaa ja sille nojaavaa radikaalia tasa-arvoa ei ole lupa odottaa järjestelmältä tai sitä tukevalta hallinnolta, sillä järjestelmän palveluksessa olevat ”edistyksen pedagogit” ainoastaan kasvattavat sitä välimatkaa, jonka he lupasivat hävittää tasa-arvon nimissä (Rancière 2004: 223). Seuraava lainaus pelkistää Rancièren tasa-arvon käsitteeseen sisältyvän ydinoletuksen:

Tasa-arvo on eräänlainen kaiken edellytys, perusolettamus – tai se ei ole mitään. Ja itse asiassa tämä tasa-arvoisen aatteen mukainen oletus piilee epätasa-arvoisessakin järjestyksessä. Sillä ylemmän on hyödytöntä käskeä alamaista, ellei alamainen tajua ainakin kahta asiaa: ensinnäkin käskyn sisältöä ja toiseksi sitä, että hänen pitää totella. Mutta tämän tajutakseen alamaisen on jo oltava tasa-arvoinen ylemmän kanssa. (Emt. 223; ks. myös Dillon 2005: 433)

Radikaali tasa-arvo merkitsee kaikkien kuviteltavissa olevien mahdollisuuksien avaamista kaikille. Radikaali tasa-arvo edellyttää politiikkaa, jossa problematisoidaan annettuna otettuja käsityksiä sosiaalisesta todellisuudesta ja tarjotaan sytykkeitä uusille käsityksille. Poliitiikalla on tässä mielessä samoja tavoitteita kuin taiteella: organisoida uudelleen sosiaalisen todellisuuden hyväksytyt kuvat ja kamppailla hallittujen kokemaa tunnustuksen kieltoa vastaan. (Deranty 2003: 137) Radikaalia tasa-arvoa edistävä politiikka pitää sisällään myös messiaanisen toivon ilmoituksen ’poliittiseen’ palautumattomasta tai sen ylittävästä ’ylimäärästä’ tai ’jäännöksestä’ (Dillon 2005: 433–444). Sen mukaan on oltava realististi vaatimalla mahdottomia.

3 Emansipatorinen metodi

Näissä radikaalin tasa-arvon ajatuksissa on myös sen emansipatorisen opetusmenetelmän lähtökohta, jota Rancière (1991) tutkii kirjassaan *The Ignorant Schoolmaster*. Siinä hän tulkitsee Joseph Jacotot’n pedagogista oppimis- ja opetusmetodia, jota Jacotot itse kutsui milloin emansipatoriseksi tai universaaliksi, milloin taas panekastiseksi opetuksiksi. Termi ”panekastinen” tulee kreikan kielen sanoista *pan*, ’kaikki’, ja *hekastos* eli ’jokainen’ tai ’kaikki jokaisessa’. Panekastinen tarkoittaa siis sellaista opetuksen ja oppimisen ”menetelmää”, joka korostaa inhimillisen älyn kokonaisuutta jokaisessa älyn ilmentymässä. Sen mukaan kaikki on sisällä siinä, mistä jotain haluaa tietää: jokaisella on yhtäläinen älykkyys, jokainen kykenee opettamaan itseään ja kaikki sisältyy kaikkeen. (Rancière 1991: 26–39) Samanvertaisten ”älynlahjojen” painotuksen Jacotot lienee omaksunut

valistusfilosofeilta, vaikka jo Descartes (1994: 9) oli painottanut *Metodin esityksessään* (*Discours de la méthode*, 1637) älyn jakautumista maailmassa ”paremmin kuin mikään muu”; se oli ”luonnollisista syistä samanlainen kaikissa ihmisissä”.

Jacotot syntyi Dijonissa vuonna 1770 ja eteni yhdeksäntoistavuotiaana, Bastiljin valloituksen vuonna, synnyinkaupunkinsa yliopiston latinan kielen professoriksi¹, liittyi armeijaan osallistuen kapteenina sotaan Belgiaa vastaan, pakeni vastavallankumouksen ja kuningas Ludvig 18. valtaannousun jälkeen Alankomaihin palaen takaisin Ranskaan vuonna 1830 ja kuollen kymmentä vuotta myöhemmin.

Alankomaissa Jacotot sai paikan Leuvenin yliopiston ranskan kielen opettajana. Opetuksen sujuminen tuotti heti alkuun vaikeuksia, sillä vain harvat Jacotot’n opiskelijoista puhuivat ranskaa. Suurin osa taisi vain äidinkieltään hollantia tai flaamia. Jacotot’n opetuksesta oltiin kuitenkin sisällöllisesti kiinnostuneita, joten oli löydettävä jokin tapa, jokin pienin yhteinen nimittäjä, joka auttaisi liikkeelle.

Tuohon aikaan Brysselissä julkaistiin 24-osaista Fénelon-nimisen kirjailijan kirjoittamaa didaktis-utopistista jatkokertomusta nimeltä *Télémaque*, josta oli olemassa kaksikielinen versio, ranskaksi ja flaamiksi. Jacotot otti version käyttöönsä ja tulkin välityksellä pyysi opiskelijoita ryhtymään käännöstyöhön. Tehtävänä oli kääntää ranskankielistä tekstiä flaaminkielisen tekstin avulla ja osata ranskankielinen teksti lopulta niin hyvin, että se pystyttäisiin lukemaan ääneen alusta loppuun. Opiskelijat ryhtyivät sanoista tekoihin ja oppivat vähitellen, ilman opettajaa, heille vierasta kieltä ylittäen opettajansa odotukset. – Mikä sai opiskelijat tähän hankalalta vaikuttavaan tehtävään? 1700-luvun Ranskassa oppimiselta odotettiin sitä, että ”oppilas omaksuu mestarinsa omasta maailmastaan käsin muovaaman oppijärjestelmän” (Karttunen 2007: 24). Oliko kyse siitä, että he saivat opiskella itse ilman auktoriteettia ja heihin luotettiin – vai sittenkin pelkästä pakosta? Oliko kysymys ”merkittävästä oppimiskokemuksesta”, jossa Jacotot rikkoi toiminnallaan koulumestariin sisältyvän auktoriteettiriippuvuuden?

Jacotot’lle opiskelijoiden saavutus oli käännteentekevä oppimiskokemus ja hän koki intellektuaalisen herätyksen oivaltaen, ettei opettajan tarvinnut tietää eikä

¹ Maakunnallisten akatemioiden opettajista lähes neljännes oli tuohon aikaan alle 30-vuotiaita (Alnæs 2005: 550). Jacotot oli otollisessa iässä omaksuakseen valistusfilosofien opit ja tasa-valtalaisuuden ihanteet; niistä tuli avainkokemuksia, jotka mobilisoivat hänet pedagogisesti – ehkä myös poliittisesti.

osata paremmin kuin oppilaansa. Ajatus rikkoi Platonista lähtien vaalitun käsityksen pedagogisesta suhteesta, jossa opettajan ja oppilaan välillä on dialogisessakin tilanteessa älyllinen ja moraalinen välimatka. Jacotot'n mukaan opettamisen ja oppimisen kannalta tällaisen välimatkan pitäminen ei kuitenkaan ole mitenkään itsestään selvää eikä myöskään tuon distanssin (tai ymmärtämisen tason) arviointi.

Tärkeintä on tahto oppia. Ja tahto oppia edeltää intelligenssiä: äly astuu oppimisen tahdon palvelukseen. Ajatus poikkeaa radikaalisti modernista pedagogisesta ajattelusta, jossa yleensä nojataan mahdollisuuksien tasa-arvoon ja opettajan tiedolliseen ynnä muuhun auktoriteettiin. Jokaisessa opettajassa asuu pieni Sokrates (master explicator), joka johdattelee oppilaansa haluamaansa suuntaan. Näin saattaa oppia (toistamaan kuin papukaija) muttei emansipoidu (Rancière 1991: 29). Modernilla opintiellä korostettu mahdollisuuksien tasa-arvo sinänsä ei kerro mitään älynlahjoista, ei myönnä eikä kiellä. Emansipatorinen menetelmä sen sijaan on nimenomaan tahdon menetelmä. On mahdollista oppia itsenäisesti ilman paremmin tietäjää, jos tahtoo oppia. Oppimisen tahtoa puolestaan edistää halu tietää jostain jotain, tai tilanteen ja olosuhteiden asettamat vaatimukset.

Rancière (1995: 52–53) on siinä mielessä postmoderni ajattelija, että hän suhtautuu epäillen valistuksen ja modernisaation suuriin kertomuksiin, joista koulu ja koulutus kuuluu tärkeimpiin. Koulutukseen on uskottu ja sen nimeen vannottu, uskotaan ja vannotaan edelleen. Mutta Rancièren kehittämän radikaalin tasa-arvon mittapuulla tämä moderni usko järjestelmäkoulutukseen on pettävää ja harhaista. Se on ylhäältä ohjaamista ja valtion asettamiin päämääriin kiinnittyvää. Eikä näillä ole ollut juuri mitään tekemistä radikaalin tasa-arvon edistämisen kannalta. Massamuotoisen järjestelmäkoulutuksen kannalta omaehtoinen emansipaatio on pelottavan radikaalia: ”se vapauttaa sekä opettajat että oppilaat” (Dillon 2005: 444).

Radikaalin tasa-arvon perustalle rakennetun omaehtoisen oppimisen vapauttava vaikutus on tarkoitettu kaikille, eikä kenenkään tarvitse jäädä tämän kasvatuksellisen vapautuksen ulkopuolelle: ”Kaiken kaikkiaan universaali opettaminen on sen yhteisen universaalia todentamista, joka on mahdollista kaikille emansipoitu-neille, kaikille niille, jotka ovat päättäneet ajatella olevansa ihmisiä siinä missä kaikki muutkin” (Rancière 1995: 41).

4 Emansipatorisen metodin sovelluksia

Rancièren esiin nostamia pedagogisia pohdintoja on esiintynyt kasvatustieteellisessä ja kasvatusta koskevassa keskustelussa pitkin 1900-lukua: Yhdysvaltalainen progressivisti John Dewey pyrki omalla tavallaan rakentamaan teoriaa demokraattiselle kasvatukselle perustuvasta demokraattisesta yhteiskunnassa. Merkittävän panoksen kasvatuksen poliittisuudesta toi brasilialaisen Paulo Freiren (2005) teos *Sorrettujen pedagogiikka* ja Ivan Illichin (1971) *Kouluttomaan yhteiskuntaan*. Kriittisen teorian liepeillä toimineista ajattelijoina Erich Fromm (1971) on esittänyt kasvatukselle perustuvia ”terveen yhteiskunnan” tunnuspiirteitä.

Oman lukunsa muodostavat kokeilut, joissa panekastista menetelmää muistuttavat vapauden pedagogiikat on nivelletty osaksi paikallisyhteisöjen kehittämistä joko paikallisen yhteisökasvatuksen nimissä tai osana kokonaista aluehallintaa, kuten Meksikon Chiapasissa Subcomandante Marcosin johdolla. Jälkimmäisessä tapauksessa kysymys on ollut siitä, kuinka maailmaa voidaan muuttaa puuttumatta valtiolliseen valtaan (ks. Holloway 2005).

Näissä ja lukuisissa muissa perinteissä on kehitetty monia pedagogisen vuorovaikutuksen muotoja, joilla edistää tasa-arvoista mielenlaatua ja tasa-arvoisia käytäntöjä. Tällaisia ovat yhteisöllinen oppiminen, luku- ja opintopiirit, työssä ja työn ohessa oppiminen, sosiaalisten liikkeiden itseorganisoituva opinnollisuus ja erilaiset kansalaisjournalismin muodot sekä osallisuusmedia (participatory media).

Osallisuusmedian ja uusien lukutaitojen tutkimuksen alueelta löytyy rancièrè/jacototlaisia kehittäjiä. Uusien lukutaitojen tutkijat Colin Lankshear ja Michelle Knobel (2007a) kertovat opettavansa nykyisin uusiin lukutaitoihin ja mediaan liittyviä asioita, joista eivät itse ole aina kovin hyvin perillä. Uudet lukutaidot ja käytännöt perustuvat enemmän osallistumiseen, yhteistyöhön ja jakamiseen sekä ovat vähemmän asiantuntijakeskeisiä kuin perinteiset lukutaitokäytännöt (Lankshear & Knobel 2007b: 9). Jacototlaisia piirteitä liittyy myös osallisuusmediaan, tai ehkä oikeammin *yhteistyön* mediaan, kuten Wikipediaan ja Wikiversiteettiin, sekä tietenkin opetuksen ja oppimisen ilmiöihin, jotka lankeavat arkipäivän oppimisen käsitteen alaan. Internet-pohjainen yhteistyön media täyttää hyvin Jacotot'n universaalien opetusmenetelmän kriteereitä. Siinä ei olla kiinnostuneita ”potentiaalisesta kyvykkyydestä” tai ”lahjakkuudesta”, vaan jokaisella on mahdollisuus osallistua yhtäläisesti, ottaa tarpeidensa mukaan ja antaa kykyjensä mukaan. Yhteistyön media on myös yhteisen tahdon ja joukkovoiman asia. Jos tahdomme, *pystymme!*

Omasta näkökulmastani internet vastaa merkitykseltään sitä, mitä kirjoittaminen aikaisemmin: kaikille kuuluvien sanojen ja tiedon levittämistä. Kirjoittamisessa ei ollut kysymys tiedon tarjoamisesta kaikille, vaan sanojen vapaasta ja toivottavasta levittämisestä. Tästä samasta luulen olevan kysymys myös internetin kohdalla. Ja ehkä siksi jotkut taantumukselliset ovat niin harmissaan internetistä sanoen, että on kauhistuttavaa kun ihmiset kirjautuvat verkkoon ja voivat löytää sieltä mitä tahansa ja että tämä on tutkimuksen ja älyn vastaista. Mutta ei se sitä ole, vaan päinvastoin, näin äly, yhtäläinen äly, toimii. Kuljeskelet sattumanvaraisesti kirjastossa samalla tavoin kuin surffailet netissä. Tästä on kysymys älyn tasa-arvossa. (Lie & Rancière 2006: 6)

5 Lopuksi

Jacques Rancièren ajatus näyttää olevan se, että kasvatuksella ja koulutuksella osallistutaan poliittiseen sosialisatioon; sillä, miten kasvatusta ja koulutusta on järjestetty – kasvatuksen menetelmillä ja muodoilla – on merkitystä yhteiskunnan, politiikan ja tasa-arvon, sekä yleisen ihmiseksi tulemisen kannalta. Kasvatuksen menetelmiä ja muotoja voidaan käyttää joko järjestelmän pönkittämiseen tai sen muuttamiseen. Yhteiskuntapoliittiset – ml. talouspolitiikka – päämäärät asettavat kasvatuksen ja koulutuksen muodot. Emansipatorinen menetelmä ei sovellu modernin valtion koulutusjärjestelmäksi tai edes osaksi sitä, vaan osoittaa kokonaan toisenlaisen yhteiskunnallisen järjestyksen mahdollisuuteen. Ja ehkä myös toisenlaisen maailman välttämättömyyteen, mikäli ajatellaan emansipatoriseen menettelmään sisältyvää messiaanista momenttia.

Rancièren ajattelusta tekee kiinnostavan sen dialektisuus ja osittain myös antagonistisuus eli olemassa olevaa järjestystä vastustavat painotukset, sekä myös sen ylenpalttisen ja ylimielisen sosiologisoinnin kritiikki. Viilein sosiologisin analyysin tuettu sosiaalinen järjestys ei voi luoda radikaalia tasa-arvoa, sillä se saavutetaan vain kyseenalaistamalla tämä sosiaalinen järjestys. Näin myöskään sosiaalisen järjestyksen sisällä toimiva koulu ei voi toimia radikaalin tasa-arvon päämäärän mukaan. Koulun tehtäväksi jää olemassa olevan yhteiskunnallisen järjestyksen uudelleen tuottaminen eikä sen kiistäminen. Jacotot'lle merkityksellinen opiskelu ja oppiminen tapahtuvat itsekseen ja yhdessä oppien, orgaanisesti luonnollisissa ympäristöissä. Kasvatustieteilijä Jerome Brunerin (1996: 21) sanoin: ”Oppijat opettavat toisiaan oppimaan, jokainen kykyjensä mukaan”. Tai kuten Marx (1979: 531) kirjoittaa: ”Jokainen kykyjensä mukaan, jokaiselle tarpeittensa mukaan!”

Rancièren mukaan yhteiskuntarauhan ja radikaalin tasa-arvon pyrkimysten kannalta todella ”vaarallisia” eivät ole ne, jotka laulavat vallankumouslauluja annettujen nuottien mukaan, vaan ne, jotka koettavat väsätä omia värssyjään. Kuten Rancièrè kirjoittaa:

Todella vaarallisia eivät ehkä ole oppimattomat, jotka ajattelevat horjuttavansa yhteiskuntaa alhaalta päin, vaan ne maahanmuuttajat, jotka liikkuvat luokkien välillä; yksilöt ja ryhmät, jotka kehittävät itsessään taitoja, jotka eivät hyödytä heitä materiaalisesti ja jotka itse asiassa laittavat heidät halveksimaan materiaalisia seikkoja (Rancièrè 1978: 50, sit. Reid 1989: xxix).

Lähteet

- Alnæs, K. (2005). *Kiihkon aika. Euroopan historia 1600–1800*. Suom. Heikki Eskelinen. Helsinki: Otava.
- Bourdieu, P. & Passeron, J.-C. (1990). *Reproduction in Education, Society and Culture*. London: Sage.
- Bruner, J. (1996). *The Culture of Education*. Cambridge: Harvard University Press.
- Deranty, J.-P. (2003). Jacques Rancièrè’s Contribution to the Ethics of Recognition. *Political Theory* 31, 1, 136–156.
- Descartes, R. (1994). *Metodin esitys*. Suom. Juho A. Hollo. (Teoksessa: *Teoksia ja kirjeitä*. Helsinki: WSOY).
- Dillon, M. (2005). A Passion for the (Im)possible. Jacques Rancièrè, Equality, Pedagogy and the Messianic. *European Journal of Political Theory* 4, 4, 429–452.
- Freire, P. (2005). *Sorrettujen pedagogiikka*. Toim. Tuukka Tomperi. Suom. Joel Kuortti. Tampere: Vastapaino.
- Fromm, E. (1971). *Terve yhteiskunta*. Suom. Annikki ja Matti Kannosto. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Goldthorpe, J. (1997). Problems of Meritocracy. (Teoksessa: *Education, Culture, Economy, and Society*. Toim. A. H. Halsey ym. Oxford & New York: Oxford University Press. 663–682).

- Holloway, J. (2005). *Change the World Without Taking Power*. London: Pluto Press.
- Illich, I. (1972). *Kouluttomaan yhteiskuntaan*. Suom. Aarne Valpola. Helsinki: Otava.
- Kant, I. (2007). Vastaus kysymykseen: Mitä on valistus? (Teoksessa: *Mitä on valistus?* (Alkup. 1784). Toim. Juha Koivisto ym. Tampere: Vastapaino. 85–95). Saatavissa: http://www.vastapaino.fi/vp/index.php?option=com_ekirjat&Itemid=0.
- Karttunen, A. (2007). Rameau, Le Maître. *Sibis* 3, 24–25.
- Lankshear, C. & Knobel, M. (2007a). Reading "The Ignorant Schoolmaster" – A subversion. [Siteerattu: 29.11.2007]. Saatavissa: [http://everydayliteracies.blogspot.com/2007_09_01_archive.html].
- Lankshear, C. & Knobel, M. (2007b). Sampling "The New" in New Literacies. (Teoksessa: *A New Literacies Sampler*. Toim. Michele Knobel & Colin Lankshear. New York: Peter Lang. 1–24).
- Lie, T. & Rancière, J. (2006). *Our Police Order: What Can Be Said, Seen, and Done*. [Siteerattu 12.12.2007]. Saatavissa: <http://www.eurozine.com/articles/2006-08-11-lieranciere-en.html>.
- Marx, K. (1979). Gothan ohjelman arvostelua. (Teoksessa: *Valitut teokset, osa 5*. Karl Marx & Friedrich Engels. Moskova: Edistys. 526–551).
- McLaren, P. & Kincheloe, J. (toim.) (2007). *Critical Pedagogy. Where Are We Now?* New York: Peter Lang.
- Rancière, J. (1978). Good Times or Pleasures at the Barriers. (Teoksessa: *Voices of the People*. Toim. Adrian Rifkin Roger & Thomas. London & New York: Routledge & Kegan Paul. 51–58).
- Rancière, J. (1991). *The Ignorant Schoolmaster. Five Lessons in Intellectual Emancipation*. Kään. Kristian Ross. Stanford: Stanford University Press.
- Rancière, J. (1995). *On the Shores of Politics*. Kään. Liz Heron. London: Verso.
- Rancière, J. (2004). *The Philosopher and his Poor*. Kään. John Drury, Corinne Oster & Andrew Parker. Durham & London: Duke University Press.

Reid, D. (1989). Introduction. (Teoksessa: *Rancière, Jacques: The Night of Labor. The Workers' Dream in Nineteenth-Century France*. Philadelphia: Temple University Press, xv–xxxvii).

Sennett, R. (2007). *Uuden kapitalismin kulttuuri*. Suom. Kaisa Koskinen. Tampere: Vastapaino.

5 YHTEISÖT JA VIESTINTÄ

Pertti Hurme

Organisaatiot verkkomaailmassa: Second Life

The paper examines organizations and users in Second Life (SL), which is a popular Multi-User Virtual Environment or Virtual World Platform. The presence of two types of organizations, Fortune 200 companies and universities, was examined. Relatively few of them are represented in SL. Sometimes only a sub-unit or a showcase of the organization is present in SL. There are also fake presences. However, novel possibilities are offered for organizations in the virtual environment: they can for instance build a meeting place for their clients and stakeholders to engage them in dialogue for creating better products or services. On the other hand, there are also negative aspects in SL. Even though there are supposed to be something like 12 million users, the number of active users is much lower. In fact, the user is often alone in SL. As the SL world, consisting of a large number of islands, bears no resemblance to the real world, the user easily gets lost and has to use search features to get oriented in SL. People in SL are represented by avatars that they themselves create. Avatars make it possible to play with identities, which can be liberating. On the other hand, when avatars are interacting with each other, their real identities are clouded. The success of social networking sites such as IRC-Galleria and Facebook suggests that people want to interact with people that they know. Organizations surely will take heed.

Avainsanat: Second Life, organisaatio, yliopisto, verkkomaailma, yhteisöllinen verkkopalvelu, käyttäjä

1 Johdanto

Kyberavaruus oli muotikäsite kymmenkunta vuotta sitten. Siellä seikkailtiin, sinne eksyttiin. Siellä haettiin tietoa, oltiin virtuaalisessa vuorovaikutuksessa ja aloiteltiin kaupantekoa. Yritykset ja organisaatiot vainusivat kyberavaruudessa varhain uusia mahdollisuuksia.

Nykyinen internet on monessa suhteessa erilainen kuin kymmenkunta vuotta sitten. Internetistä on tullut kohtaamis-, osallistumis- ja kokoomamedia, mikä mah-

dollistaa monipuolisen verkkoelämän ”perinteisen” fyysisen elämän rinnalla. Joskus puhutaan ensimmäisestä elämästä, kun tarkoitetaan fyysistä elämää, ja toisesta elämästä, kun tarkoitetaan elämää verkossa. Verkkoelämään kuuluu muun muassa tiedonhaku (esim. Google), oman sisällön luominen (esim. blogit, wikit, kuvat, videot, musiikki), vuorovaikutus muiden kanssa (esim. pikaviestit, sähköposti, myyminen ja ostaminen) ja osallistuminen (esim. flash mobit, kansalaistoiminta, pelaaminen, Facebook). Verkon nykyistä yhteisöllistä ja sosiaalista kehitysvaihetta kuvataan usein käsitteellä Web 2.0 (O’Reilly 2005; Hintikka 2007; Salmenkivi & Nyman 2007). Yritykset ja organisaatiot ovat luonnollisesti edelleen vahvasti mukana kehittämässä internetiä.

Kolmiulotteiset verkkomaailmat (*Multi-User Virtual Environment, Virtual World Platform, Massively Multiplayer Online Real Life-like Game*) ovat yksi internetin kehityslinja. Ne tarjoavat käyttäjälle maailman, jossa voi muun muassa olla vuorovaikutuksessa muiden käyttäjien kanssa, luoda omaa sisältöä ja hakea tietoa. Fetscherin ja Lattemann (2007: 6) tiivistävät:

Virtual worlds are not just games, as there are no levels, no scores and there is no ’game over’. They exist in real time where individuals communicate, cooperate and collaborate with each other, like in real world.

Yksi suosituimpia kolmiulotteisia verkkomaailmoja on Second Life¹ (Carr & Pond 2007; Terdiman 2007).

Verkkomaailmat kuten Second Life antavat organisaatioille mahdollisuuksia luoviin avauksiin ja palveluihin. Organisaatioita ei Second Lifessa juuri ole tutkittu. Yleensäkin Second Lifesta on toistaiseksi niukasti tieteellisiä tutkimuksia.

Tämän kirjoituksen tavoitteena on tarkastella ja arvioida Second Life -verkkomaailmaa ja sen mahdollisuuksia organisaatioiden ja käyttäjien kannalta. Organisaatiot rajaavat suuryrityksiin ja yliopistoihin. Lisäksi tavoitteena on hahmottaa, miten jatkuvasti muuttuvaa ja ”elävää” Second Life -verkkomaailmaa voi tutkia. Tämä kirjoitus on luonteeltaan kartoittava. Tavoitteena ei ole tutkia organisaatioiden motiiveja tai viestintästrategiaa Second Lifeen osallistumisessa tai osallistumatta jättämisessä.

¹ www.secondlife.com

2 Second Life

Second Life koostuu saarista, joilta voi ostaa maata tai koko saaren ja joille voi rakentaa taloja ja palveluita. Second Life on laaja; käyttäjän avuksi on karttoja ja hakutoimintoja. Second Life on käyttäjälle tutunoloinen, monessa suhteessa tavallinen maailma tietokoneelle siirrettynä. Käyttäjä voi luoda itsensä tai jonkun toisen näköisen hahmon (ns. avatar), joka voi kuljeskella teillä ja kaduilla, mennä rakennuksiin, tavata ihmisiä ja jutella näiden kanssa (kirjoittamalla tai puhumalla). Hahmo voi liikkua kävellen, lentäen ja teleporttautuen (hakemalla paikan osoitteen esim. hakutoiminnalla ja antamalla siirtokäskyn suoraan kyseiseen paikkaan).

Second Lifessa on kolmenlaisia toimijoita: (1) verkkomaailman luoja eli Linden Lab (www.lindenlab.com), joka kehittää ja hallinnoi maailmaa, (2) yritykset ja organisaatiot, jotka tiedottavat, luovat palveluja ja käyvät kauppaa sekä (3) käyttäjät, jotka ”elävät” verkkomaailmassa, ostavat ja myyvät, luovat ja rakentavat – vuorovaikutuksessa muiden käyttäjien kanssa.

Second Lifessa on sekä ilmaisia että maksullisia palveluja, sekä avoimia että suljettuja alueita. Siellä voi käyttää rahaa, mutta ilman rahaakin voi tehdä monenlaisia asioita. Rahayksikkö on Linden-dollarin kehittäjäyrityksen mukaan ja yksiköllä on vaihtokurssi Yhdysvaltain dollareihin. Vuodenvaihteessa 2007–2008 vaihtokurssi oli suunnilleen 1:265 eli yhdellä Yhdysvaltain dollarilla sai 265 Linden-dollaria. Second Lifen ”kansantulo” eli Gross Domestic Product oli vuonna 2007 Linden Labin (2008) mukaan noin 500 miljoonaa Yhdysvaltain dollaria. Linden Labin (2008) mukaan esimerkiksi helmikuussa 2008 tehtiin miljoonia pieniä, muutaman tai muutaman kymmenen Linden-dollarin ostoksia. Toisaalta myös yli 500 000 Linden-dollarin eli suunnilleen 2 000 Yhdysvaltain dollarin ostoksia tehtiin satoja (emt.). Taloustiedot ovat kaikki Linden Labilta, joten niihin voi suhtautua varauksellisesti.

Useat yritykset ja organisaatiot ovat Second Lifessa, usein omilla tai aihepiirin mukaan luodulla saarella. Julkisuudessa ovat olleet esillä muun muassa Reuters-uutistoimisto (Glazer 2006), Coca Colan Virtual Thirst Pavilion (Terdiman 2006), IBM:n Innovation Island (Banks 2006), European University Island (Edinburgh University 2007), Book Island (Kurosawa 2007) ja Ruotsin virtuaalinen lähetystö eli Second House of Sweden (Swedish Institute 2007).

3 Menetelmät

Etsin vastauksia seuraaviin kysymyksiin: Missä määrin ja miten suuryritykset ja yliopistot ovat edustettuina Second Lifessa? Paljonko käyttäjiä Second Lifessa on? Miten Second Lifea voi tutkia?

Tutkimusmenetelmä on osallistuva havainnointi (esim. DeWalt, DeWalt, & Wayland 1998). Syksystä 2006 lähtien liikuin avatar-hahmonani Second Lifessa. Tarkkailin ympäristöä monina vuorokaudenaikoina ja olin vuorovaikutuksessa muiden käyttäjien kanssa. Kirjasin muistiin kohtaamiani organisaatioiden ja yritysten representaatioita, tyypillisesti taloja tai alueita, joissa on useita taloja. Lokakuussa 2007 tein systemaattista tiedonhankintaa käyttäen hyväksi Second Lifen hakutoimintoja. Etsin Second Lifesta maailman suurimpia yrityksiä, jotka olin valinnut Fortune-lehden julkaisemasta maailman 200 suurimman yrityksen luettelosta (CNNMoney.com 2007). Etsin myös yliopistoja hakusanalla ”university”. Sekä yrityksistä että yliopistoista etsin useita tietoja: oliko organisaatio Second Lifessa, oliko organisaatio kokonaisuudessaan edustettuna vai oliko siitä edustettuna jokin osa, ja oliko tieto organisaation vai jonkin muun tahon tuottamaa.

Tutkimuksen taustoittamiseksi olen seurannut verkkokeskusteluja (muun muassa Association of Internet Researchers, Second Life Research Mailing List), Second Life Research Blog -kirjoittelua sekä toistaiseksi varsin vähäistä Second Lifea käsittelevää tutkimuskirjallisuutta (mm. Fetscherin & Lattemann 2007; Pepper 2007).

4 Tulokset

4.1 Organisaatiot

Kaikkiaan seitsemäntoista maailman 200 suurimmasta yrityksestä olivat läsnä Second Lifessa:

- ICT-ala: Dell, IBM, Intel, Microsoft, Sony, Sprint, Telecom Italia, Toshiba, Vodafone
- Autoala: BMW, Nissan, Peugeot
- Rahoitusala: ABN AMRO Bank, Mizuho Bank
- Energia-ala: Enel, Petrobas

– Muita: Metro-kauppaketju.

Usein Second Lifessa ei ole koko yritys, vaan tietty näkökulma yrityksen toimintaan, esimerkiksi energiansäästö. Niinpä IBM ei esittele koko yritystä, vaan innovaatiotoimintaansa Innovation-saarella.

Fortune 200 -yritysten etsintä tuotti siis osumia, mutta alle 10 prosenttia maailman 200 suurimmasta yrityksestä on Second Lifessa. Yrityksen nimeä on voitu käyttää hyväksi harhauttamistarkoituksessa. Nokia-yhtiö ei ole Second Lifessa, vaan Nokia-haku johtaa paikkaan, jossa on "unique clothing and music" (ja Nokian logo). Microsoft-haku puolestaan johtaa hollantilaisen internetyhtiön mainoksen ääreen. Joskus tuotteiden jälleenmyyjä (esim. automyyjä) voi olla Second Lifessa, vaikkei tuotteiden valmistaja olisi. Joskus yrityksen paikallisosasto voi olla läsnä, vaikkei yritys kokonaisuutena ole. Pienenä kuriositeettina mainittakoon, että yritysnimet ovat yleisiä avatarien etuniminä (esim. Toyota Taylor, Nokia Newman).

Second Lifessa on kymmeniä yliopistoja, esimerkiksi Princeton, New York University, Bowling Green State University, University of Exeter, University of Innsbruck, Universidad autónoma de Madrid sekä Korea National University of Education. Toisaalta, kun maailmassa on laskentatavasta riippuen 3 000–8 000 yliopistoa ja korkeakoulua (Braintrack 2007), prosenttiosuus on pieni, muutaman prosentin luokkaa.

Second Lifen yliopistokampuksilla on tarjolla tietoa yliopistosta (esim. luennoista ja konserteista) ja toisinaan mahdollisuus ilmoittautua kursseille. Usein kyse on yliopiston osasta (kirjastosta tai laitoksesta), esimerkiksi Åbo Akademi University edustaa informaatiotutkimuksen oppiaine. Åbo Akademi tuntuisi olevan ainoa suomalainen yliopisto Second Lifessa.

4.2 Käyttäjät

Linden Lab kertoo Second Lifen käyttäjämääräksi kaksitoista miljoonaa (Linden Lab 2008). Kuitenkin kun Second Lifessa kuljeksii, on usein yksin. Kovin suurta avatarmäärää yhdessä paikassa ei voi ollakaan, koska Second Lifessa on tekninen rajoitus, joka estää useamman kuin noin 70–100 hahmon kokoontumisen samalle paikalle (Rose 2007). Käyttäjii avatarhahmojensa kautta on paljon vain muutamissa paikoissa, muun muassa sisääntulopaikassa, ilmaisten Linden-dollarien jakopaikassa ja seksipaikoissa.

Todellisten aktiivisten käyttäjien määrä ei ole lähelläkään kahtatoista miljoonaa. Linden Lab kertoo (11.3.2008), että viimeisen seitsemän päivän aikana käyttäjiä on ollut noin 500 000 ja viimeisen kahden kuukauden aikana 1,3 miljoonaa. Näitäkin luvut ovat toki suuria. Ilmeistä kuitenkin on, että aktiivisia käyttäjiä (ns. *residents*) on murto-osa kaikista käyttäjistä, joista monet käyvät vain kokeilemassa verkkomaailmaa (ns. *tourists*).

4.3 Tutkimusmenetelmä

Käytetyllä tutkimusmenetelmällä eli osallistuvalla havainnoinnilla pääsee mukaan verkkomaailman elämään, mutta valtavan laajassa ympäristössä yhden havaitsijan mahdollisuudet ovat pienet, ja hän voi tehdä havaintoja vain pienestä maailmasta. Verkkomaailma elää koko ajan. Verkkomaailman tutkiminen osallistuvan havainnoinnin menetelmällä onnistuisikin ehkä paremmin tutkimusryhmältä.

Kuten yllä on kuvattu, verkkomaailmasta voi tehdä systemaattisia havaintoja hakutoimintojen avulla. Second Lifen hakutoiminnot ovat kuitenkin tutkijan kannalta hankalia. Hakutuloksia on tavallisesti niin paljon, että osumien löytäminen vaatii pitkällistä seulomista. Esimerkiksi university-sanalla haettaessa oikeiden yliopistojen osuus hakutuloksissa on vähäinen.

Verkkomaailmoja lienee parasta tutkia monimenetelmäisesti. Osallistuva havainnointi mahdollistaa tutustumisen maailmaan käyttäjän näkökulmasta. Muita mahdollisuuksia on: muun muassa käyttäjille voidaan tehdä kyselyjä (Fetscherin & Lattemann 2007) ja verkkomaailmassa olevien organisaatioiden edustajia haastatella. Näin uuden ja kehittyvän ilmiön tutkimisessa ei voi hylkiä verkkolähteitä, sillä vertaisarvioitu tutkimus on vasta tekeillä.

5 Pohdinta

Second Life tarjoaa organisaatioille sekä mahdollisuuksia että uhkia. Organisaatio voi rakentaa Second Lifeen kohtaamispaikan asiakkailleen ja sidosryhmilleen. Tavoitteena voi olla vuoropuhelu ja yhteistyö heidän kanssaan ja jopa kehittämissideoiden saaminen sekä asiakkaiden houkuttelevuus mukaan tuotteiden ja palvelujen suunnitteluun ja markkinointiin. (Eric Mack Online 2007; IBM 2007) Näin Second Life tarjoaa organisaatioille mahdollisuuksia uusien, ”ei-perinteisten” sidosryhmien tavoittamiseen.

Oman saaren, alueen tai rakennuksen suunnittelu ja rakentaminen mahdollistaa organisaation julkisuuskuvan ja brandin kehittämisen. Arkkitehtuuri voi olla esimerkiksi perinteisen arvokasta tai fantastista ja futuristista. Toshibaan linnamainen, mielikuvituksellinen rakennus antaa vierailijalle mahdollisuuden kokeilla ”skyboardia”, lumilautailua ilmassa. Palvelu on selvästi suunnattu tietäntyyppisille kävijöille. Joidenkin viitteiden mukaan monet käyttäjistä suhtautuvat kuitenkin nihkeästi brandaamiseen (OpenPR 2007).

Second Lifessa on huonoja puolia, jopa uhkia organisaatioille. Liikkuminen on hankalaa, koska maailma on maantieteellisesti luonnon, ilman kiinnekohtia (joi-ta voi kyllä itse luoda). Kulkemalla tai lentämällä ei oikein löydä mitään, vaan paikka tai tapahtuma on haettava hakutoiminnoilla ja sitten teleporttauduttava haluttuun paikkaan (jonka yhteys muihin paikkoihin on epämääräinen). Second Life on nopealla tietokoneella ja laajakaistayhteydelläkin usein hidas. Kolmiulotteisen maailman piirtyminen ruudulle voi kestää tuskastuttavan kauan.

Second Life on siinä suhteessa samanlainen kuin ”oikea” maailma, että siellä voi tapahtua odottamattomia asioita. Organisaatioiden kannalta nämä saattavat olla riskejä. Second Lifessa on muun muassa näkyvästi tuettu IBM:n Italian yksikön työntekijöiden lakkoa (The Register 2007). Toisaalta Second Life on yksi työkalu kansalaistoiminnalle verkkomaailmassa. Poliittista aktivismia on syntynyt esimerkiksi ranskalaisen äärioikeistopoliitikon Le Penin vastustamiseksi (Burkeman 2007).

Millainen on Second Lifen tulevaisuus ja organisaatioiden tulevaisuus Second Lifessa? Onko Second Life vain muutaman vuoden muotiympäristö vai onko se parin vuoden päästä paljon nykyistä suurempi ja parempi ”business as usual” -ympäristö, jossa toimii suurin osa suurista yrityksistä ja tuotemerkeistä? Edellistä ajatusta tukee muun muassa havainto, että Yhdysvalloissa Second Lifen uutudenviehätys alkaa kadota (Salmenkivi & Nyman 2007). Myös Fetscherin ja Lattemann (2007: 19) päätyivät epäilevään kantaan: ”Second Life has many challenges... to become mainstream.” Toisaalta jälkimmäistä ajatusta tukee fakta, että useat yritykset ovat viime aikoina panostaneet suuria summia Second Life -länälönsä kehittämiseen (Kharif 2006; CIOinsight 2007).

Second Lifen kohtalo on käyttäjien käsissä. Jos käyttäjät haluavat leikitellä identiteeteillä, esiintyä verkkomaailmassa avatareina, jotka voivat muistuttaa heitä itseään tai olla vastakkaista sukupuolta tai vaikkapa omata jonkin eläimen piirteitä, Second Life saa yhä enemmän sekä asukkaita että turisteja. Second Lifen vahvuus on tuntemattomana esiintymisessä, identiteeteillä leikittelyssä. Jos taas käyttäjät mieluummin esiintyvät omana itsenään ja paljastavat haluamansa määrän tietoa itsestään sellaisissa yhteisöllisissä verkkopalveluissa (*social networking services*)

kuin IRC-Galleria, Facebook tai MySpace, Second Life saattaa jäädä suhteellisen pienen ryhmän käyttöön.

Fetscherin ja Lattemann (2007) erittelevät Second Lifen käyttäjien motiiveja. Lähes yhdeksällä kymmenestä oli motiivina virtuaalisiin paikkoihin tutustuminen tai oppiminen. Kahdella kolmasosalla motiivi oli ihmisten tapaaminen (kirjoittajat todellakin puhuvat ihmisten, ei avatarien tapaamisesta) tai pelaaminen. Vain yhdellä kolmasosalla oli motiivina identiteetin muuttaminen. Vaikka siis osa haluaa leikitellä identiteeteillä, suurin osa haluaa tehdä tavallisempia asioita. Matkailu, oppiminen, pelaaminen ja ihmisten tapaaminen ovat arkielämän toimintoja, joita voi toteuttaa myös Second Lifessa.

Second Lifessa avatarit edustavat ihmisiä. Mikä on avatarin ja ihmisen suhde? Onko suhde sätkykun ja sen ohjaajan? Association of Internet Researchers -listalla keväällä 2008 käydyssä keskustelussa on korostettu, että avatar on enemmän kuin sätkykukko. Kuten Fetscherin ja Lattemann (2007) esittävät, ihmisten kokemus Second Lifessa on, että avatarit ovat toisia ihmisiä – vaikka avatar ulkoiltaan olisi hyvinkin mielikuvituksellinen.

Yhteisölliset verkkopalvelut lähtevät itsenään esiintymisestä ja todellisten sosiaalisten suhteiden hoitamisesta verkossa. Ratkaisevaa voi olla, haluavatko käyttäjät olla vuorovaikutuksessa ainakin aluksi tuntemattomien avatarien kanssa vai alusta alkaen oikeiden ihmisten. Yhteisöllisten verkkopalvelujen suuri suosio (ja monta kertaluokkaa suurempi käyttäjäkunta kuin Second Lifen) saattaa merkitä sitä, että verkkoviestinnän valtavirta suuntautuu kohti yhteisöllisiä verkkopalveluja. Tämä ei tarkoita, etteikö sellaisilla verkkomaailmoilla kuin Second Life voisi myös olla suurta määrää käyttäjiä.

Verkkomaailmat ja yhteisölliset verkkopalvelut voi Dawsonin (2007) tapaan hahmottaa kolmesta osasta koostuvaksi: (1) käyttäjien tuottama syöte (*input*; tekstiä, kuvia, ääntä, videota, vuorovaikutusta, sosiaalisia suhteita), (2) mekanismi (*mechanism*; verkkomaailma, yhteisöllinen verkkopalvelu) ja (3) uudenlaiset seuraukset (*emergent outcomes*; käyttäjille merkitykselliset yhteisöt). Kolmas osa on ratkaiseva: tuottaako verkkomaailma tai yhteisöllinen verkkopalvelu käyttäjille merkityksellisiä yhteisöllisiä kokemuksia. Organisaatioiden kannattaa luonnollisesti kuunnella käyttäjiä ja heidän kokemuksiaan.

Lähteet

- Association of Internet Researchers (2007). [Siteerattu: 1.1.2007]. Saatavissa: air-l@listserv.aoir.org.
- Banks, M. (2006). *IBM's 'Secret Island'*. [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: http://www.regdeveloper.co.uk/2006/09/21/ibm_secret/.
- Braintrack (2007). *Braintrack University Index*. [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: <http://www.braintrack.com/>.
- Burkeman, O. (2007). *Exploding Pigs and Volleys of Gunfire as Le Pen Opens HQ in Virtual World. Guardian Unlimited*. [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: <http://www.guardian.co.uk/technology/2007/jan/20/news.france>.
- Carr, P. & Pond, G. (2007). *The Unofficial Tourists' Guide to Second Life*. London: Boxtree.
- CIOinsight (2007). *IBM Sees Future in Second Life, Web Worlds*. [Siteerattu: 8.11.2007]. Saatavissa: <http://www.cioinsight.com/c/a/Past-News/IBM-Sees-Future-in-Second-Life-Web-Worlds/>.
- CNNMONEY.com (2007). *Global 500*. [Siteerattu: 28.11. 2007]. Saatavissa: http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2007/full_list/.
- Dawson, R. (2007). *Trends in the Living Networks*. [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: http://www.rossdawsonblog.com/weblog/archives/2007/05/launching_the_w.html.
- DeWalt, K. M., DeWalt, B. R., & Wayland, C. B. (1998). Participant Observation. (Teoksessa: *Handbook of Methods in Cultural Anthropology*. Toim. H. Russel Bernard. Walnut Creek, CA: AltaMira Press. 259–299).
- Edinburgh University (2007). *Edinburgh University Island on Second Life - Brief*. [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: <http://vue.ed.ac.uk/sl/vrpa/Edinburgh-University-on-Second-Life-Brief-2007-09-20.pdf>.
- Eric Mack Online (2007). *Second Life for Knowledge Transfer and Collaboration*. [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: <http://www.ericmackonline.com/ICA/blogs/emonline.nsf/dx/using-second-life-for-knowledge-transfer-and-collaboration>.

Fetscherin, M. & Latteman, C. (2007). *User Acceptance of Virtual Worlds. An Explorative Study about Second Life*. Rollins College & University of Potsdam. [Siteerattu: 15.2.2008]. Saatavissa: <http://www.secondliferesearch.blogspot.com>.

Glazer, M. (2006). *Wired, CNET, Reuters Agog Over Second Life*. [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: http://www.pbs.org/mediashift/2006/10/virtual_journalismwired_cnet_r.html.

Hintikka, K. (2007). *Web 2.0 - johdatus internetin uusiin liiketoimintamahdollisuuksiin*. Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus r.y:n julkaisusarja 28. Helsinki.

IBM (2007). *IBM and Linden Lab Launch Collaboration to Further Advance the 3D Internet*. [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: <http://www-03.ibm.com/press/us/en/pressrelease/22428.wss>.

Kharif, O. (2006). *Big Media Gets a Second Life*. [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: http://www.businessweek.com/technology/content/oct2006/tc20061017_127435.htm.

Kurosawa, R. (2007). *Publishers Examine the Metaverse*. [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: <http://www.booksquare.com/publishers-explore-the-metaverse/>.

Linden Lab (2008). *Second Life, Economic Statistics*. [Siteerattu: 9.3.2008]. Saatavissa: http://secondlife.com/whatis/economy_stats.php.

O'Reilly, T. (2005). *What is Web 2.0*. [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: <http://www.oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html?page=1>.

OpenPR (2007). *First Customer Satisfaction Survey in Second Life*. [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: <http://openpr.com/news/17221/First-customer-satisfaction-survey-in-Second-Life-insufficient-customer-care-and-opportunities-for-interaction-between-Second-Life-users-and-companies-identified-as-the-main-weakness.html>.

Pepper, M. (2007). *Annotated Bibliography of Second Life Educational Online Resources*. [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: <http://web.ics.purdue.edu/~mpepper/slbib>.

Rose, F. (2007). Lonely Planet. *Wired* 8, 140–144.

Salmenkivi, S. & N. Nyman (2007). *Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi*. Helsinki: Talentum.

Second Life Research (2007). [Siteerattu: 1.1.2007]. Saatavissa: slrl@list.academ-x.com.

Second Life Research Blog (2007). [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: <http://secondliferesearch.blogspot.com>.

Swedish Institute (2007). *Inauguration of the Second House of Sweden, Second Life*. [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: <http://www.youtube.com/watch?v=q26jvt2rPZY>.

Terdiman, D. (2006). *Sun Rises in 'Second Life'*. [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: http://www.news.com/Sun-rises-in-Second-Life/2008-1043_3-6124577.html.

Terdiman, D. (2007). *The Entrepreneur's Guide to Second Life. Making Money in the Metaverse*. Indianapolis, IN: Wiley.

The Register (2007). *IBM Faces Second Life Strike*. [Siteerattu: 28.11.2007]. Saatavissa: http://www.theregister.co.uk/2007/08/24/ibm_italy_strike/.

Kaisa Koskinen

Kansalaiset keskustelevat – kuuleeko EU?

The European Union institutions have recently paid a lot of attention to their communication strategies. In this article, EU communication is examined with respect to active and, in particular, affective citizenship. With the help of a case example (public debate on the so called “Article 141 aid” for Finnish farmers, throughout the autumn 2007) it is argued that increasing the affectivity of the dialogue between the distant and bureaucratic institution and the citizens would require the EU institutions to adopt an even more localized and dialogic communication strategy.

Avainsanat: EU-viestintä, aktiivinen kansalaisuus, affektiivisuus, lokalisointi

1 Johdanto

Euroopan komissio ja muut unionin toimielimet, näkyvimmin komissio, ovat viime vuosina kantaneet huolta kansalaisten ja EU:n välisistä suhteista ja siihen liittyvästä viestinnästä. Lukuisia asiakirjoja on julkaistu (ks. esim. Euroopan komissio 2007) ja erilaisia käytännön toimia on toteutettu. Muun muassa laaja ”kansalaisten Eurooppa” -ohjelma on käynnistetty, paikallisten edustustojen viestintämiehitystä on vahvistettu ja internet-näkyvyyttä ja vuorovaikutusta lisätty (esim. komission jäsenten blogit, EUtube, lasten sivusto EuropaGO). Tässä artikkelissa näitä toimia tarkastellaan suhteessa aktiiviseen kansalaisuuteen ja kansalaisuuden erilaisiin olemuspuoliin. Yhden tapausesimerkin, maatalouden 141-tuesta syksyn 2007 aikana käydyn keskustelun, avulla pohditaan, miten onnistuneesti uudet viestintätavoitteet on saavutettu.

2 Aktiivinen ja affektiivinen kansalaisuus

EU-viestintää käsittelevissä asiakirjoissa viestinnän kohteena¹ on tyypillisesti ”aktiivinen kansalainen” ja tavoitteena ”aktiivinen kansalaisuus”. Kyse on hallinnan (*governance*) yleisestä trendistä niin kansallisella kuin ylikansallisellakin tasolla: avoimuus, vuorovaikutteisuus, kuuleminen ja dialogi ovat viranomaistahojen muotisansoja. Yhtenä trendin aloittajana voidaan pitää OECD:tä, joka joutui MAI-sopimuksen kaaduttua kansalaisjärjestöjen vastustukseen vuonna 1998 legitimizeettikriisiin. Ratkaisua haettiin avoimuutta korostavalla viestintästrategialla (ks. esim. OECD 2001). Hyvin samantapainen kehityskulku nähtiin joitakin vuosia myöhemmin, kun Ranskan ja Hollannin kansanäänestykset EU:n perustuslakia vastaan suistivat EU:n kriisiin, johon viime vuosien viestintäkeskustelut ja monikielisyyden merkityksen korostaminen ovat yhteydessä.

Viestinnän muuttaminen osallistavaksi ei käy kädenkäänteessä. Osapuolten aktiivisen osallistumisen perusedellytys on, että kaikilla on käytössään olennainen informaatio (Lewis 2006). EU-viestinnässäkin perinteinen tieto ja tiedottaminen ovat dialogin välttämätön ehto. Osallistavuuden toisella tasolla on kuuleminen ja konsultaatio. Kuulluksi tuleminen kokemus on vuorovaikutuksen lähtökohta (Couldry 2006). Erilaiset kuulemismenettelyt ovat institutionalisoitu osa EU:n päätöksentekoprosessia, mutta niiden rakenne on pääosin edustuksellinen: tavalliset ihmiset eivät kansalaisen roolissa niihin useinkaan osallistu. Tavoiteltu vuorovaikutus, aktiivinen osallistuminen ja aito osallistavuus edellyttävät todellista dialogia, kuulemisen ohella kuuntelemista ja molempien osapuolten aitoa pyrkimystä yhteiseen ymmärrykseen.

Puhe aktiivisesta kansalaisuudesta on voimaannuttavaa, mutta siihen liittyy myös paternalistisia sävyjä: jos kansa äänestää ”väärin”, kyse on tietämättömyydestä (vrt. Kantola 2003: 209). Tapausesimerkin avulla voidaan tarkastella, miten aktiiviseen rooliin kansalaiset pääsevät käytännön viestintätilanteissa ja millaista dialogia todellisuudessa käydään. Vaikuttaako aktiivisuus-diskurssi myös käytännön tasolla, vai onko pikemminkin puhe siitä mistä puute, kuten Anu Kantola on toisessa yhteydessä esittänyt? Hänen mukaansa aktiivisen kansalaisuuden tila saattaa olla yhteiskunnassa *kapenemassa* ja yhteinen poliittinen toiminta ja vuoropuhelu menettämässä asemiaan (Kantola 2003: 211).

¹ Tiettyä tahatonta ironiaa sisältyy siihen, että tuo ”aktiivinen” toimija nähdään usein nimenomaan viestinnän passiiviseksi kohteeksi (ks. myös Koskinen 2004).

Aktiivisuus ja kansalaisten aktivoiminen ovat saaneet paljon huomiota EU:n viestintäasiakirjoissa, mutta kansalaisuutta niissä ei ole pohdittu. Voisi kuitenkin myös viestintästrategioiden kannalta olla hyödyllistä miettiä, mitä kansalaisuudella tarkoitetaan ja tarkastella sen eri osatekijöitä. Voidaan ajatella kansalaisuuden muodostuvan kolmesta ulottuvuudesta. Ensinnäkin kansalaisuus on muodollista; siihen liittyy tiettyjä oikeuksia ja velvollisuuksia ja sen kohde on jollakin tapaa rajattu. Muodollisen kansalaisuuden osalta viestintä on virallista ja juridista. Toisaalta kansalaisuus on instrumentaalista; kyse on siitä, mitä yhteisö tarjoaa jäsenilleen (ns. *public goods*). Kiintymys yhteisöön ja lojaalisuus sitä kohtaan kasvaa ja kehittyy arvostettujen instrumentaalisten kansalaisuuden muotojen myötä, jolloin syntyy kansalaisuuden kolmas ulottuvuus, affektiivinen kansalaisuus. Juuri affektiivinen kansalaisuus on se perusta, jolle yhteisö rakentuu ja johon sen on nojaututtava haasteiden kohdatessa ja vaikeiden päätösten edessä. (Jones 2001) Voidaan myös väittää, että juuri affektiivisuuden alueella EU:lla on eniten työskä: muodollinen kansalaisuus on joka tapauksessa osittain jäsenvaltioiden kautta määrittävää, instrumentaalinen kansalaisuus osittain tiedotuskysymys, mutta miten EU saisi meidät jäsenmaissa asuvat ihmiset identifioitumaan ”Euroopan kansalaisiksi”? Viestintäasiakirjat puhuvat *aktiivisesta* kansalaisesta, mutta haaveissa lienee itse asiassa *affektiivinen* kansalaisuus, tilanne, jossa jäsenvaltioiden tiedotusvälineet käsittelevät EU:n instituutioita ja niiden toimia myönteisesti ja kansalaiset ottaisivat poliittiset uudistukset ilolla vastaan.

3 Kansalaisuuden aktivoituminen

Viime vuosina EU:n toimielimet ovat rakentaneet useita erilaisia vuorovaikutteisuuteen pyrkiviä nettikanavia, joiden tavoitteena on aktivoida ihmisiä keskustelemaan. Esimerkiksi EuropeDirect on suora linja EU-tiedotukseen, Debate Europe keskustelufoorumilla toivotaan ihmisten ottavan kantaa Euroopan tulevaisuuteen, yhä useammilla komission jäsenillä on omat blogit, joilla käydään kunkin vastuualueeseen liittyvää keskustelua ja suosituille Youtube-sivustolle viedyn EUtuben videoleikkeiden yhteydessä on tilaa viesteille ja kommenteille. Kansalaisten aktivoitumisen taso vaihtelee: suosituilla EU-rahoitteisten elokuvien seksikohtauksia sisältävällä leikkeellä on ollut jo lähes viisi miljoonaa katsojaa, mutta esimerkiksi ”Building a Citizens’ Europe” -video on kiinnostanut vasta 3 500 kävijää.

Ajatus siitä, että aktiiviset kansalaiset kilvan rientävät osallistumaan EU:n avaamiin nettikeskusteluihin ja kommentoivat aloitteita, on tavallisen ihmisen näkökulmasta arjelle vieras. On todettu, että kansalaisten huomiokyvystä kilpailevat niin monet viestit ja vaateet, että perinteinen kansalaistoiminta on vaarassa, koska

se edellyttää aivan liian suurta määrää yhä niukempaa luonnonvaraa: keskittymistä (*”attention”*) (Couldry 2006). Pikemminkin on niin, että aito demokraattinen osallistuminen ”purskahtaa” kansalaisten keskuudessa esiin satunnaisesti, se on poikkeus arjen rutiineista ja aiheuttaa muutoksia normaaliin vuorovaikutukseen (ks. Dahlgren 2006: 237). Olennaista ehkä onkin se, kuinka hyvin EU:n toimielimet onnistuvat tarttumaan tilanteeseen ja antautuvat dialogiin silloin, kun tällainen purskahdus syntyy. Syksyllä 2007 Suomessa käytiin kiivasta keskustelua EU:n maataloustuista, ennen kaikkea liittymissopimuksen 141 artiklan mukaisesta erityisten vaikeuksien tuesta ja sen jatkumisesta. Miten hyvin komissio ja maataloudesta vastaava komission jäsen Mariann Fischer Boel joukkoineen onnistuivat hyödyntämään tuon mahdollisuuden aktiivisen ja osallistuvan kansalaisuuden ja affektiivisuuden näkökulmasta?

4 141-tuki ja viestinnän lokalisointi

Suomalaiset joukkotiedotusvälineet käsittelivät 141-tuen kohtaloa koko syksyn ajan ja laajasti. Esimerkiksi Aamulehti omisti aiheelle päivittäisuutisoinnin lisäksi viiden sivun reportaasin (Aamulehti 2007a). Uutisoinnissa aktiivisina toimijoina esiintyivät Suomen maatalousministeri, MTK ja lopulta koko Suomen liittymistä edeltäneiden neuvottelujen kärkipoliitikkokaarti. Komission edustajat saivat hyvin vähän huomiota (poikkeuksena Fischer Boelin vieraskynä-artikkeli Helsingin Sanomissa 27.10.2007). Syntyi vaikutelma taistelevasta suomalaisjoukkueesta (maatalousministeri Sirkka-Liisa Anttila sai matkalle mukaan jääkiekkopaidan numerolla 141), joka matkasi puolustamaan suomalaista talonpoikaa Brysselin virkamiehiltä, jotka olivat aikeissa lopettaa Suomesta koko maatalouden. Affektiivisuus suuntautui siis Suomeen, ja ”Eurooppa” näyttäytyi vastustajana.

Jos tarkastellaan yhden päivän tapahtumia torstaina 22.11.2007, saatetaan päästä ongelman lähteille. Tuona päivänä käytiin maatalousministeri Sirkka-Liisa Anttilan ja maatalouskomissaari Mariann Fisher Boelin keskeinen neuvottelu Brysselissä, tavoitteena sopu vuoden 2008 tuista. Tiedotusvälineet uutisoivat sitä näyttävästi ja uhmaakkasti. Esimerkiksi seuraavan päivän Aamulehti otsikoi: ”Etelän maatalous sai torjuntavoiton Brysselissä” (Aamulehti 2007b). Samana päivänä Debate Europe tarjosi suomalaisille ja suomeksi seuraavat keskustelunaiheet: ”Euroopan taloudellinen ja sosiaalinen kehitys”, ”käsitys Euroopasta ja EU:n tehtävistä” sekä ”Euroopan rajat ja rooli maailmassa”. Euroopan komission Suomen edustuston sivuilla ei tuona päivänä mainittu mitään 141-tuesta, ei myöskään Eurooppatiedotus.fi-sivustossa. Suomalaisen uutisjulkisuuden pääuutinen ja syksyn

kestoaihe ei yleiseurooppalaisesta näkökulmasta laadittujen EU-sivustojen näkökulmasta ollut edes mainitsemisen arvoinen.

EU-viestinnässä on viime vuosina puhuttu paljon lokalisoinnista. Ajattelutapaa olisi ehkä tarpeen laajentaa: ei ole kyse vain siitä, miten asiat ilmaistaan, vaan myös siitä, mistä puhutaan. Lokaloitu keskusteluyhteys on toistaiseksi niukka. Vaikka Suomessa puhuttiin koko syksy laajasti maataloustuista, EU:n näkökulmasta kyse oli pienestä, vain yhtä jäsenvaltiota koskevasta yksityiskohdasta, joka ei ansainnut laajaa huomiota. Seurauksena suomalaisille Euroopan kansalaisille lähti affektiivisuuden ja osallistavuuden kannalta äärettömän haitallinen piiloviesti: ”teidän ongelmanne eivät meitä kiinnosta”. Suomalainen keskustelu oli ehkä kuultu, mutta sitä ei oltu kuunneltu, eikä aitoon vuorovaikutukseen sen vuoksi päästy.

Yksittäisen jäsenvaltion kanssa käydyissä lokalisoiduissa dialogeissa jäsenvaltios-ta rekrytoidut EU:n virkamiehet ja Euroopan parlamenttiin valitut edustajat voisivat olla avainasemassa: heillä on sekä paikallistuntemusta että EU-tietoutta. Suomalaisiin 141-keskusteluihin tällaiset toimijat osallistuivat kuitenkin hyvin vähän, ja heidän roolinsa muotoutui sekin affektiivisuuden kannalta epäsuotuisaksi. Harvat yksittäiset esiintulot olivat suomalaista keskustelua vähätteleviä. Komissaari Olli Rehn (2007) moitti keskustelua ”politikoinniksi” ja halusi ”toppuutella”, europarlamentaarikko Alexander Stubb (Aamulehti 2007c) valitti, että EU:ta koskeva keskustelu on mennyt yhä huonompaan suuntaan ja 141-tukea koskeva keskustelu on ollut ”ahdistavaa”. Väärin keskusteltu?

5 Osallistavuuden mahdollisuus

Voidaan ajatella, että EU-viestinnässä on edetty osallistavuuden toiselle portaalle eli kuulemiseen, jonka edistämiseksi on rakennettu useita vuorovaikutteisuu-teen pyrkiviä kanavia. 141-keskustelu kuitenkin osoittaa, että kolmannelle portaalle eli dialogiin ja todelliseen vuorovaikutukseen kiipeäminen ei ole helppoa. Suuren, monikansallisen instituution altistuminen aidolle vuorovaikutukselle silloin, kun kansalaisuus jossakin jäsenvaltiossa aktivoituu, ei ole helppo tehtävä. Se edellyttää myös sen kuuntelemista, mikä vastapuolelle on tärkeää, ja oman agendan muuttamista sen mukaisesti. Mutta ehkä suuri laiva vain kääntyy hitaasti: kun koko syksyn jatkunut julkisuus 141-tukien ympärillä lopulta laantui, julkaistiinkin Aamulehdessä maatalouskomissaari Mariann Fischer Boelin keskustelunavaus (2007b), jossa hän erityisesti kutsuu kaikkia keskustelemaan maataloustukien tulevaisuudesta omassa blogissaan. Valitettavasti suomalaiset ehkä olivat jo väsyneet aiheeseen tai vierastavat blogin pääosin englanninkielistä kontekstia: tammi-

kuun 2008 alkuun mennessä blogissa on vain kaksi Suomeen liittyvää kirjoitusta, molemmat Aamulehden ilmestymispäivältä.

Affektiivinen kansalaisuus ei synny hetkessä, ei pakottamalla eikä mahtikäskyllä. Suuren ja maantieteellisestikin etäisen instituution ja pienen ihmisen kohtaaminen on jännitteitä täynnä. Mutta sinnikäs pyrkimys todelliseen vuorovaikutukseen ja kuuntelemiseen, yhdistettynä perinteiseen informaation välittämiseen ja instrumentaalisen kansalaisuuden vahvistamiseen, voi vähitellen tuottaa toivottuja tuloksia.

Aineisto

Aamulehti (2007a). *Raja nimeltä 141*. 3.11.2007. Toimittaja Edith Ahola.

Aamulehti (2007b). *Etelän maatalous sai torjuntavoiton Brysselissä*. 23.11.2007.

Aamulehti (2007c). *Stubbin mielestä EU potee väsymystä*. 7.12.2007.

Debate Europe (2008). [Siteerattu : 8.1.2008]. Saatavissa : http://europa.eu/debate/europe/index_fi.htm.

EuropaGO (2008). [Siteerattu : 8.1.2008]. Saatavissa : <http://europa.eu/europago/welcome.jsp>.

EuropeDirect (2008). [Siteerattu : 8.1.2008]. Saatavissa : http://ec.europa.eu/europedirect/index_fi.htm.

Euroopan komission Suomen edustusto (2008). [Siteerattu: 8.1.2008]. Saatavissa: http://ec.europa.eu/finland/index_fi.htm.

Eurooppatiedotus (2008). [Siteerattu: 8.1.2008]. Saatavissa: <http://www.eurooppa-tiedotus.fi/Public/Default.aspx>.

Europe for citizens programme (2008). [Siteerattu: 8.1.2008]. Saatavissa: http://ec.europa.eu/citizenship/index_en.html.

Eutube (2008). [Siteerattu: 8.1.2008]. Saatavissa: <http://www.youtube.com/Eutube>.

Fischer Boel, M. (2007a). Väliaikainen 141-tuki ei voi jatkua ikuisesti. Helsingin Sanomat 27.10.2007.

Fischer Boel, M. (2007b). Tervettä tuotantoa tukia karsien. *Aamulehti* 16.12.2007.

Komission jäsenten blogit (2008). [Siteerattu 8.1.2008]. Saatavissa: <http://blogs.ec.europa.eu>.

Rehn, O. (2007). Pelimiehet hötkyilevät. [Siteerattu: 25.10.2007]. Saatavissa: www.uusisuomi.fi/blogit/ollirehn/pelimiehet-hotkyilevat.

Lähteet

Couldry, N. (2006). Culture and Citizenship. The missing link? *European Journal of Cultural Studies* 9, 3, 321–339.

Dahlgren, P. (2006). Doing citizenship. The cultural origins of civic agency in the public sphere. *European Journal of Cultural Studies* 9, 3, 267–286.

Euroopan komissio (2007). *Valkoinen kirja Euroopan viestintäpolitiikasta*. [Siteerattu: 8.1.2008]. Saatavissa: http://ec.europa.eu/communication_white_paper/index_fi.htm.

Jones, R. J. B. (2001). The Political Economy of European Citizenship. (Teoksessa: *Citizenship and Governance in the European Union*. Toim. Richard Bellamy & Alex Warleih. London & New York: Continuum. 143–162).

Kantola, A. (2003). Loyalties in Flux. The changing politics of citizenship. *European Journal of Cultural Studies* 6, 2, 203–217.

Koskinen, K. (2004). Ihmisestä kansalaiseksi, sydäimestä etusijalle – interpersoonaisuuden siirtymät EU-tekstien laatimisprosessissa. (Teoksessa: *Erikoiskielet ja käännösteoria. Vakki-symposiumi XXIV*. 117–128).

Lewis, J. (2006). News and the empowerment of citizens. *European Journal of Cultural Studies* 9, 3, 303–319.

OECD (2001). *Citizens as Partners. Information, consultation and public participation in policy-making*. [Siteerattu: 8.1.2008]. Saatavissa: www.SourceOECD.org.

Esa Lehtinen

*Vuorovaikutusoppikirjat, vuorovaikutustutkimus ja
ammattillinen osaaminen: Esimerkkinä
perinnöllisyysneuvonta*

The work of many professionals consists of meetings with laypeople. In these meetings interactional skills are needed. Recently professionals in many areas have become more and more aware of this need, which can be seen, for example, in the publication of textbooks and training manuals on interactional skills. These manuals are usually, however, not based on actual interaction research. This article explores genetic counseling as a professional-layperson encounter. It is based on conversation analytic research on genetic counseling interaction. The purpose is to compare how interaction is seen in textbooks with how it looks like from the standpoint of conversation analytic research. The role of context is especially examined. It is shown that in textbooks the context of actual utterances is seen, on the one hand, as the personal, social and cultural situation of particular clients, and on the other hand, as the feelings expressed by the clients. In conversation analysis, however, context is seen as the action context of the utterance. Through an analysis of a particular sequence in genetic counseling interaction, the author shows how doctors have routine ways of performing routine tasks in specific actions contexts. Through them, the doctors handle central dilemmas in their work. It is argued that professional skills can be enhanced through reflecting on routine actions contexts that professionals meet with in their daily work.

Avainsanat: keskusteluanalyysi, konteksti, perinnöllisyysneuvonta, tieto, vuorovaikutusosaaminen

1 Johdanto

Monen ammattilaisen työ koostuu nykyisin kohtaamisista maallikon kanssa. Tällöin ammattilaiselle ei riitä alansa tiedollinen hallinta; ammatissa vaaditaan myös ja erityisesti vuorovaikutusosaamista. Monissa ammateissa on viime vuosikymmeninä herätty huomaamaan vuorovaikutusosaamisen tärkeys. Esimerkiksi lääkärinkoulutuksessa keskityttiin pitkään lähes pelkästään työn tiedolliseen puoleen. Nykyisin lääkärinkoulutukseen kuuluu kaikissa opinahjoissa myös vuorovaikutuskoulutusta. (Peräkylä, Eskola ja Sorjonen 2001: 8) Anssi Peräkylä ja Sanna

Vehviläinen (2003: 729–730) katsovatkin, että monissa ammateissa on vuorovaikutusta koskevia tietovarantoja (*”stocks of interactional knowledge”*), jotka koostuvat erilaisista vuorovaikutusmalleista ja -teorioista. Tämä ammattilaisten vuorovaikutustieto on löydettävissä monenlaisista lähteistä: muun muassa ammatillisista teksteistä ja suullisista ohjeista ja palautteista koulutusilanteissa. Nämä tietovarannot edustavat ammattilaisten reflektoivaa suhtautumista työhönsä vuorovaikutusosaajina.

Peräkylä ja Vehviläinen (2003: 730–731) luonnehtivat tietovarantojen luonnetta kahdesta näkökulmasta. Yhtäältä he toteavat, että ne ovat vaihtelevassa määrin yksityiskohtaisia ja jäsenyneitä vuorovaikutuksen näkökulmasta. Toisaalta tietovarannot läpäisevät aktuaalista toimintaa vaihtelevassa määrin. Tämän artikkelin kysymyksenasettelu pohjautuu Peräkylän ja Vehviläisen ajatuksille. Käytän esimerkkinä perinnöllisyysneuvontaa vuorovaikutustilanteena ja vertailen oppikirjoja keskustelunanalyyttisen vuorovaikutustutkimuksen tuloksiin. Otan kuitenkin esille uudenlaisen aspektin: vertailen oppikirjojen ja vuorovaikutustutkimuksen kontekstikäisyyksiä.

Vertailu perustuu perinnöllisyysneuvonnan vuorovaikutusta koskevaan tutkimukseeni (ks. esim. Lehtinen 2005); menetelmäni on etnometodologinen keskustelunanalyysi (ks. ten Have 1999). Tutkimusaineisto koostuu 12 videonauhoitetusta perinnöllisyysneuvontavastaanotosta eräältä suomalaiselta perinnöllisyysklinikalta. Vastaanottojen kesto vaihtelee noin tunnista 2,5 tuntiin. Aineisto on litteroitu keskustelunanalyyttisten periaatteiden mukaisesti (ks. Seppänen 1997).

Pyrin artikkelissani vastaamaan seuraaviin kysymyksiin: Millaisia käsityksiä vuorovaikutuksesta perinnöllisyysneuvonnan oppikirjat ilmentävät? Millainen on oppikirjojen kontekstikäisyys? Miten se eroaa keskustelunanalyyttisen vuorovaikutustutkimuksen kontekstikäisyydestä? Mitä annettavaa vuorovaikutustutkimuksella on ammatillisen vuorovaikutusosaamisen kannalta?

2 Konteksti perinnöllisyysneuvonnan oppikirjoissa ja keskustelunanalyttisessä tutkimuksessa

Kääriäisen ja Ukkolan (1998: 245) mukaan ”[p]erinnöllisyysneuvonta on se tapahtumaketju, joka seuraa kun perhe tai potilas tiedustelee perinnölliseen tai sellaiseksi epäilemäänsä sairauteen liittyvää tietoa terveydenhuollon ammattilaiselta”. Tärkeä vaihe tässä ketjussa on perinnöllisyysneuvontavastaanotto, jossa asiakkaat keskustelevat perinnöllisyyslääkärin ja perinnöllisyyslääketieteeseen eri-

koistuneen hoitajan kanssa. Perinnöllisiin sairauksiin ei yleensä ole hoitokeinoja, joten vastaanotolla on keskeisessä roolissa yhtäältä tiedon jakaminen, toisaalta keskusteleminen erilaisista asiakkaan ratkaisuksista, kuten sikiödiagnostiikasta ja perinnöllisistä testeistä.

Perinnöllisyysneuvonnan ammattilaisten avuksi on kirjoitettu useita oppikirjoja (esim. Baker, Schuette & Uhlmann 1998; Weil 2000; McCarthy Veach, LeRoy & Bartels 2003). Niissä näkemys vuorovaikutuksesta perustuu suurelta osin abstrakteihin periaatteisiin kuten ohjailemattomuus ja luottamuksellisuus (ks. Walker 1998: 8). Perinnöllisyysneuvontakirjallisuudessakin on kuitenkin kiinnitetty huomiota siihen, että nämä yleiset periaatteet liittyvät enemmänkin ammattilaisten identiteetin rakentamiseen kuin aktuaaliseen vuorovaikutukseen (ks. esim. Clarke 1997: 183–184).

Oppikirjoissa on kuitenkin myös paljon kuvauksia siitä, mitä vuorovaikutustilanteessa tulisi aktuaalisesti tehdä. Keskityn tässä erityisesti tiedon jakamista koskeviin kuvauksiin. Näissä kuvauksissa viitataan myös usein kontekstiin ja tiedon kontekstuaalisuuteen. Kontekstilla viitataan monenlaisiin asioihin. Nostan esille kaksi seikkaa, jotka näyttävät erityisen keskeisiltä. Yhtäältä kontekstilla tarkoitetaan yksittäisen asiakkaan sosiaalista ja kulttuurista tilannetta (esim. Smith 1998: 107; Weil 2000: 109). Tiedon kontekstualisoiminen tarkoittaa tällöin sen sovittamista asiakkaan tilanteeseen. Toisaalta puheen kontekstilla tarkoitetaan asiakkaan tunnetilaa itse vuorovaikutustilanteessa; ammatillinen osaaminen on tällöin esimerkiksi Jon Weilin (2000: 109) mukaan asianmukaista vastaamista asiakkaan tunnetiloihin. McCarthy, LeRoy & Bartels (2003: 51–72, 150–173) puhuvat vastaavasti empatiataidoista.

Keskustelunanalyysin näkemys kontekstista on hyvin toisenlainen. Puheen ensisijaisena kontekstina pidetään peräkkäisten toimintojen ketjua. Näin ollen jokainen puheenvuoro on kaksoiskontekstuaalinen siinä mielessä, että se tulkitaan edeltävän vuoron kontekstissa ja se muokkaa tuota kontekstia ja asettaa odotuksia seuraavaan vuoroon. (Heritage 1996: 236–237) Tällöin ammattilainen ei siis (ainakaan ensisijaisesti) vastaa havaitsemaansa tunteeseen, vaan edeltävään toimintoon. Myöskään sosiaalista ja kulttuurista kontekstia ei oteta annettuna, vaan sitä tarkastellaan sikäli kuin puhujat itse osoittavat suuntautuvansa siihen (ks. Schegloff 1991).

3 Esimerkki toiminnallisesta kontekstista

Oppikirjoissa siis todetaan, että lääkärin antama tieto on suhteutettava asiakkaan henkilökohtaiseen tilanteeseen (esim. Smith 1998: 107). Käytännössä lääkäri ei kuitenkaan voi itse kokonaan päättää, miten hän suhteuttaa tietoa. Tiedon jakaminen ei koostu pelkästään lääkärin monologista. Kyse on vuorovaikutuksesta, johon asiakaskin aktiivisesti osallistuu. Yhtäältä asiakas tuottaa minimipalautteita, joiden avulla hän siirtää vuoron takaisin lääkärille ja osoittaa näin pysyttäytyvänsä kuuntelijan roolissa (Lehtinen 2005). Toisaalta asiakkaat tuottavat myös pitempiä vuoroja, jotka edellyttävät lääkäriltä erilaisia responsseja. Seuraavassa tarkastelen lääkärin responssia vuoroon, jossa asiakas suhteuttaa lääkärin antamaa yleisen tason tietoa henkilökohtaiseen kokemukseen ja samalla, eksplisiittisesti tai implisiittisesti, pyytää lääkärää arvioimaan henkilökohtaisen kokemuksen relevanssia. Henkilökohtainen kokemus voi koskea asiakasta itseään tai jotain hänen sukulaistaan tai tuttuaan. Tällöin lääkäri siis joutuu tilanteeseen, jossa hänen on pakko käsitellä yleisen tiedon ja henkilökohtaisen kokemuksen välistä suhdetta.

Seuraavassa esimerkissä asiakkaana on pariskunta. Miehen kaksi sisarusta on kuollut vaikeaan peittyvästi periytyvään sairauteen, jonka pääasiallisena oireena on lihasheikkous. Esimerkin alussa (r. 1–11) lääkäri (L) selittää, miten lihasten toimintakyvyn vähentyminen johtaa lopulta kuolemaan.

(Esimerkki 1; Pn11)

- 01 L: [menettää nää
 02 N: [nii.
 03 (0.8)
 04 N: °.joo.°
 05 (1.0)
 06 L: lihasten tota (1.2) ky- öh ky[ky liikkua, et ne ei enää
 07 N: [mm.
 08 L: #toimi#.
 09 (0.8)
 10 N: jo[o.
 11 L: [°et siihen sit menehtyy.°
 12 (0.4)
 13 N: .hh onks tää muute niinku joku muoto niistä ku on siis ihan
 14 semmonen niinku (.) joku lihassurkastumatauti mis ne
 on
 15 pyörätuolissaki sit mut ei elä [(hirveen) ehkä (0.4)
 16 L: [on.
 17 N: parikymppiseks yks poika eli mejän alakerrassa ja, (0.4)
 18 onks tää niinku sitä samaa.

- 19 L: >> voi olla [tai ei e]ttä
 20 N: [kyl [nii just.=
 21 L: >> et on (.) on semmosia (0.2) mh muotoja jotka tota
 22 L: >> joissa (1.0) eletään pitempään ihan että #ja# (.) ja [voi
 23 N: [just
 24 L: >> [e↑lää ihan aika normaalin mittasenki #elämän, et siin on
 25 N: [joo.
 26 L: >> i↑h[an neljää vaikeusastetta täs#.
 27 N: [aha.

Riveillä 13–18 asiakaspariskunnan naispuolinen osapuoli (N) tekee kysymyksen, jossa hän suhteuttaa saamaansa tietoa henkilökohtaiseen kokemukseen. Tässä tapauksessa on kyse samassa talossa asuneesta ”yhdestä pojasta”. Lääkäri asetetaan asemaan, jossa hänen on otettava kantaa yksittäisen henkilön tilanteeseen suhteessa kyseessä olevaan tautiin. Tällainen tilanne on lääkärin kannalta hankala, koska hänellä ei ole tietoa tämän yksittäisen henkilön tilanteesta. Analysoin seuraavassa, miten lääkäri selviytyy tilanteesta. Kyseessä on tyypillinen tapaus.

Aluksi, rivillä 19, lääkäri vastaa kysymykseen ja ottaa kantaa yksittäiseen tapaukseen. Vastauksessaan hän kuitenkin käyttää modaaliverbiä *voida*. Hän osoittaa pitävänsä asiakkaan esittämää skenaariota mahdollisena, mutta samalla hän osoittaa, ettei hän voi varmuudella ottaa kantaa asiaan.

Riviltä 20 eteenpäin lääkäri siirtyy takaisin yleiselle tasolle. Yleisellä tasolla hän vahvistaa sellaisen taudin muodon olemassaolon, jota N on kuvaillut: *on semmosia muotoja* (r. 21). Näin hän yleisellä tasolla osoittaa asiakkaan kuvaaman yksittäistapauksen relevanssin. Tässä lausumassa ei myöskään ole epävarmuuden osoittimia. Näin tulevat näkyviin lääkärin eksperttisiin rajat. Joitakin asioita hän tietää; tässä tapauksessa sen, että ylipäätään on olemassa tietynlaisia taudin muotoja. Seuraavassa lausumassa (r. 23–25) lääkäri taas käyttää *voida*-verbiä. Siinä hän jälleen arvioi yleisen tosiasian toteutumista yksittäistapauksissa. Modaaliverbin avulla hän osoittaa, että yleisen tosiasian aktualisoituminen yksittäistapauksissa on vaihtelevaa. Lopuksi hän päättää varmaan toteamukseen neljän vaikeusasteen olemassaolosta (r. 25–27).

Voidaan ajatella, että tässä tutkitussa vuorovaikutustilanteessa lääkäri joutuu dilemman eteen: hänen odotetaan ottavan asiantuntijana kantaa henkilökohtaiseen tilanteeseen, josta hänellä ei ole varmaa tietoa. Hänelle siis asetetaan sellaisia odotuksia, joita hän ei voi täyttää. Tässä tilanteessa hän työstää henkilökohtaisen ja yleisen tiedon välistä jännitettä siten, että hän osoittaa tarkkaan, mistä hänellä on varmaa tietoa ja mikä taas perustuu todennäköisyyksiin, arveluihin tms. Näin hän osoittaa sekä asiantuntemuksensa että sen rajat. Samalla hän, vaikka ei täysin

vastaakaan hänelle asetettuihin odotuksiin, osoittaa asiakkaan kokemuksen relevantiksi.

4 Lopuksi

Perinnöllisyysneuvonnan oppikirjoissa konteksti nähdään lähinnä yksittäisen asiakkaan kontekstina. Lääkärille onkin tärkeää osata suhteuttaa tietoa yksittäisen asiakkaan tilanteeseen. Samalla lääkärin on kuitenkin tärkeää myös tiedostaa, että hän joutuu toistuvien vuorovaikutuskontekstien eteen. Näissä konteksteissa on olennaista toiminnallinen toistuvuus, joka on pitkälti yksittäisestä asiakkaasta riippumatonta. Niissä asetetaan lääkärille samanlaisia odotuksia. Lääkäreillä on myös rutiininomaisia tapoja selviytyä näistä tilanteista. Jos lääkäri haluaa reflektoida ja kehittää vuorovaikutusosaamistaan, hänen on tärkeää reflektoida (myös) tällaisia toiminnallisia konteksteja.

Lähteet

Baker, D. L., Schuette, J. L. & Uhlmann, W. R. (toim.) (1998). *A guide to genetic counseling*. New York: Wiley-Liss.

Clarke, A. J. (1997). The process of genetic counselling: Beyond non-directiveness. (Teoksessa: *Genetics, society and clinical practice*. Toim. Peter S. Harper & Angus J. Clarke. Oxford: Bios Scientific Publishers. 179–200).

Have, P. ten (1999). *Doing conversation analysis: A practical guide*. London: Sage.

Heritage, J. (1996) [1984]. Harold Garfinkel ja etnometodologia. Suom. Ilkka Arminen ym. Helsinki: Gaudeamus.

Kääriäinen, H. & Ukkola L. (1998). Perinnöllisyysneuvonta. (Teoksessa: *Perinnöllisyyslääketiede*. Toim. Pertti Aula, Helena Kääriäinen & Jaakko Leisti. Helsinki: Duodecim. 245–258).

Lehtinen, E. (2005). Information, understanding and the benign order of everyday life in genetic counselling. *Sociology of Health & Illness* 27, 575–601.

McCarthy Veach, P., LeRoy, B. S. & Bartels, D. M. (2003). *Facilitating the genetic counseling process: A practice manual*. New York: Springer.

- Peräkylä, A., Eskola K. & Sorjonen, M.-L. (2001). Lääkärin ja potilaan vuorovaikutus tarkastelun kohteena. (Teoksessa: *Keskustelu lääkärin vastaanotolla*. Toim. Marja-Leena, Anssi Sorjonen & Kari Eskola. Tampere: Vastapaino. 7–26).
- Peräkylä, A. & Vehviläinen, S. (2003). Conversation analysis and the professional stocks of interactional knowledge. *Discourse & Society* 14, 727–750.
- Schegloff, E. A. (1991). Reflections on talk and social structure. (Teoksessa: *Talk and social structure: Studies in ethnomethodology and conversation analysis*. Toim. Deirdre Boden & Don H. Zimmerman. Cambridge: Polity Press. 44–70).
- Seppänen, E.-L. (1997). Vuorovaikutus paperilla. (Teoksessa: *Keskustelunanalyysin perusteet*. Toim. Liisa Tainio. Tampere: Vastapaino. 18–31).
- Smith, A. C. M. (1998). Patient education. (Teoksessa: *A guide to genetic counseling*. Toim. Diane L. Baker, Jane L. Schuette & Wendy R. Uhlmann. New York: Wiley-Liss. 99–126).
- Walker, A. P. (1998). The practice of genetic counseling. (Teoksessa: *A guide to genetic counseling*. Toim. Diane L. Baker, Jane L. Schuette & Wendy R. Uhlmann. New York: Wiley-Liss. 1–26).
- Weil, J. (2000). *Psychosocial genetic counseling*. Oxford: Oxford University Press.

Vilma Luoma-aho

Making stakeholders, gaining legitimacy

Organisaatiot kohtaavat uusia haasteita nykymaailmassa. Toimiminen tuotavasti ja virheettömästi ”niin kuin aina ennenkin” ei enää riitä, vaan yritystoiminnan odotetaan olevan läpinäkyvämpää kuin ennen. Sidosryhmät odottavat organisaatioiden sekä osallistuvan yhteisen hyvän ylläpitämiseen että sidosryhmien tarpeiden huomioimiseen. Lisäksi odotetaan yhä avoimempaa raportointia valinnoista ja edistyksestä, sekä aktiivista osallistumista yhteiskunnalliseen keskusteluun.

On väitetty, että näiden uusien haasteiden ja odotuksien taustalla on sekä yleisöjen ja sidosryhmien sirpaloituminen, että myös kasvava kiinnostus organisaatioiden toimintaa kohtaan. Sidosryhmien hyväksyntää voidaan pitääkin yhtenä keinona saavuttaa organisaation legitimitetti. Ideana on, että sidosryhmien asenteet vaikuttavat organisaation maineeseen, joka puolestaan kytkeytyy legitimitettiin. Tosin maineen rakentaminen tai legitimitetin ylläpito ei nykyorganisaatioiden kompleksissa toimintaympäristössä ole kovin yksinkertaista.

Artikkeli keskittyy organisaatioiden legitimitettiin sidosryhmäajattelun kautta. Sidosryhmäajattelulla ja legitimitettiteorioilla on pohjalla sama tavoite: ne molemmat tähtäävät organisaation säilymiseen pitkällä aikavälillä. Artikkelin selventää myös käsitteiden yleisö ja sidosryhmä eroja, sekä pohtii, kumpi vaikuttaa enemmän organisaation legitimitetin säilymiseen.

Avainsanat: organisaatio, legitimitetti, sidosryhmät, yleisöt

1 Introduction

It has been suggested that we have moved from a knowledge society into a communication society (see Luoma-aho & Peltola 2006), where those who manage to get their message across have more power than those who don't. In communication society, not only deeds but appearances and expectations matter. This creates new challenges for organizations, as their survival and legitimacy no longer depend only on economic performance, but also on how the organization is perceived by its stakeholders (Pfeffer & Salancik 1978; Powell & DiMaggio 1991). A conferred status, legitimacy is formed by those outside the organization and thus it is vital to know who the organizations' stakeholders are and what they think (Hatch 1997; Harrison & Shiron 1999).

Every organisation operates within an environment of publics, distinct groups of people and organisations that have an actual or potential interest and impact on the organisation (Kotler 1975). Whether those around the organization should be considered publics or stakeholders is still under debate. Stakeholders are individuals or groups who have some type of stake in or relationship with an organization; this can be one of support, influence on or being influenced by the organization in some way (Freeman 1984; Mitchell, Agle & Wood 1997). The stakeholder concept is well suited for discussions on legitimacy, as it is related to resource dependence theory (Pfeffer & Salancik 1978) and institutional theory (Meyer & Rowan 1977).

How stakeholders perceive the organization will influence their behavior toward it for better or worse, and affect both organizational success as well as productivity, and through them even whole economies (Fombrun & Van Riel 2003; Davies et. al. 2004). This brings communication into the center of the process of legitimacy formation, as stakeholders form their opinions in part on the basis of the information organizations communicate. Despite their increasing importance, to date little research has concentrated on linking the concepts of stakeholder and organizational legitimacy (Deephouse & Carter 2005).

2 What is legitimacy?

Legitimacy theory suggests that an organization as such is not automatically accepted or allowed to exist; it must legitimate its existence and operation in the eyes of those in its environment (Meyer & Rowan 1977; Ruef & Scott 1998). Legitimacy is thus the organization's license to operate, an approval by those around it. The license to operate often derives from the opinions and assessments of those the organization serves: "The very purpose of the firm is, in our view, to serve as a vehicle for coordinating stakeholder interests." (Donaldson & Preston 1995: 79 cit. Evan & Freeman 1993).

Legitimacy is a psychological concept, a generalized perception that an organization is functioning in a proper, appropriate and approved way (Pfeffer & Salancik 1978; Powell & DiMaggio 1991; Ruef & Scott 1998; Harisalo & Stenvall 2003; Deephouse & Carter 2005; Tyler 2006). Legitimacy refers to being authorized by those around the organization, as it is "a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs and definitions" (Suchman 1995: 574). Moreover, legitimacy can be understood to consist of structural, social and cultural components; it requires a shared culture, shared social norms and

expectations as well as suitable and transparent practices and institutions. Legitimacy is hence the social acceptance resulting from organizational or individual adherence to norms and expectations (Deephouse & Carter 2005).

Figure 1 portrays the forces that organizations today face. Organizations may add to their legitimacy with isomorphism, the pursuit of similarity to other organizations (Meyer & Rowan 1977), yet at the same time the environment is changing. Weber (1994) notes, that the appearance of legitimacy may be more important than legitimacy itself. In fact, reputation is central for legitimacy in a communication society: organizations of good repute are considered more legitimate than those with worse reputations (Staw & Epstein 2000).



Figure 1. The constant pull between contingency and isomorphism (Luoma-aho 2005: 42)

Reputation is formed in the minds of individuals, yet understood as a collective attribute creating either a positive or a negative operating environment for the organization (Bromley 1993; Myszal 1996; Pharoah 2003). Reputation is the outcome of the history and the sum of stories told about the organization among its stakeholders (Hon & Grunig 1999; Sztompka 2000; Fombrun & Van Riel 2003), and hence a strong reputation results from “consistent information signals over time, which constituents believe, share and trust” (Dentchev & Heene 2004: 57). Trust and reputation are related as previous experiences affect the willingness to trust, but also as trust turns into reputation as present turns into past (Luoma-aho 2005: 142). Stakeholder expectations set a standard against which the organization and its behavior are mirrored. It is only through understanding these expectations that the true nature of reputation is revealed, and through it legitimacy (DiMaggio & Powell 1983; Ruef & Scott 1998). Reputation, however, is not simple, as alike legitimacy, reputation must be acquired from many different publics and stakeholder groups.

In fact, there is a shift in organizations in general towards a concept of legitimacy that is derived from several sources instead of merely some major players such as stockholders. Holmström (2004: 125) calls this ‘poly-contextual corporate legitimacy’. The idea is that various individuals and groups around the organization are taken into consideration and involved in the processes of the organization instead of merely being monitored and controlled. It is what Jørgensen et al. (1998: 500) call a bottom-up perspective, and this shift is due to a change in thinking, as dialogue is becoming more important than control. This process is also referred to as ‘stakeholder thinking’ (Näsi 1995).

3 Publics or stakeholders?

When organizations address those around them influencing and being influenced by their existence, the concepts of public and stakeholder are often used interchangeably. Public relations literature has traditionally applied the concept of public (Grunig & Repper 1992; Grunig 1992; Rawlins & Bohlen 2005), whereas literature of economics better understand the concept of stakeholder (Freeman 1984; Näsi 1995). There are, however, some fundamental differences that should be acknowledged with regard to these concepts.

Organizations “choose stakeholders by their marketing strategies, recruiting, and investment plans but publics arise on their own and choose the organization for attention” (Rawlins 2006: 2). Public can be understood as a faceless mass, whereas stakeholders are known. In fact, organizations may have even strategies laid out to communicate and monitor stakeholders, yet publics may arise by surprise even to organizations with the best communications plans. This may be due to the fact that publics are often dormant until some issue or event awakens and activates them. Examples can be found in the relocation of a mustard factory (Pro-Sinappi -movement) or the tearing down of old buildings (Pro makasiinit). Outside their specific interest, publics are often passive about organizational messages and communications, and hence messages to the publics often go via the media.

Stakeholders are often more active and involved. Though stakeholders may not always represent the broader public interest, they are often acknowledged and monitored by the organization, and hence their reactions are often more expected than surprising. Stakeholders refers to “any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization’s objectives” (Freeman 1984: 46). Recent examples of stakeholder groups include the personnel of organizations with large cut-backs (SAS) or customers in toy recalls (toys made in China).

Stakeholders have relationships with the organization, whereas publics organize to solve an issue or problem, sometimes related to the organization and sometimes not. For public relations practitioners, publics are often segmented into specific groups (such as demographics, level of activity, geography) or audiences which can be reached via suitable channels, channels which differ with every group. Focus has, however, in recent years been shifting towards not only recognizing these groups but actually having relationships with them. Dealing with these various relationships has been discussed in the literature of relationship management (Ledingham & Bruning 1998; Hon & Grunig 1999). Distinctions have also been made between public relations and stakeholder relations: whereas publics can be addressed through public relations, stakeholders often require more honest and targeted interaction with the organization. Sandman (2003) notes that the distinction between stakeholder relations and public relations disappears in times of a crisis or when some non-crisis captures the public imagination and everyone becomes a stakeholder.

4 Conclusion

It has been argued that new demands have arisen for organizations today. Business is expected to be flawless, but in addition the organization needs to address the different needs of publics and stakeholder groups. These new demands and expectations occur as a result of fragmentation of publics and stakeholders, as well as increased public interest in organizations. Approval of stakeholders leads to organizational legitimacy, and organizations today need to acknowledge this and cultivate the reputation that is formed in their minds.

In the complex environment that organizations today operate in, the processes of building reputation and maintaining legitimacy are not simple. To answer the question whether publics or stakeholders better contribute to legitimacy today is "it depends". Publics play a larger role when the threat to legitimacy is issue-related, whereas stakeholders are more important when the threat to legitimacy is of longer duration. Thus the old school idea of issues management when publics arise is not enough, nor is mere stakeholder management alone. Stakeholders and publics are becoming more intertwined by meaning, and what is needed is a more holistic approach to communication management: one that takes into account both monitoring of the issues as well as the different stakeholders. To gain legitimacy, faceless publics could be made into known stakeholders.

References

- Bromley, D. B. (1993). *Reputation, Image and Impression Management*. West Sussex: Wiley.
- Davies, G., Chun, R., da Silva, R. V. & Roper, S. (2004). A corporate Character Scale to Assess Employee and Customer Views of Organizational Reputation. *Corporate Reputation Review* 7, 2, 125–146.
- Deephouse, D. & Carter, S. (2005). An Examination of Differences Between Organizational Legitimacy and Organizational Reputation. *Journal of Management Studies* 42, 2, 329–360.
- Dentchev, N. A. & Heene, A. (2004). Managing the reputation of restructuring corporations: send the right signal to the right stakeholder. *Journal of Public Affairs* 4, 1, 56–72.
- DiMaggio, P. & Powell, W. (1983). The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review* 48, 146–160.
- Donaldson, T. & Preston, L. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, implications. *Academy of Management Review* 20, 65–91.
- Fombrun, C. & Riel, C. van (2003). *Fame and Fortune: how successful companies build winning reputations*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Grunig, J. E. & Repper F. C. (1992). Strategic Management, Publics, and Issues. (In: *Excellence in Public Relations and Communication Management Hillsdale*. Ed. James Grunig. NJ: Lawrence Erlbaum Associates. 117–157).
- Harisalo, R. & Stenvall, J. (2003). Trust Management in the Finnish Ministries: Evaluation of Management Systems. *International Journal of Public Administration* 26, 8/9, 915-940.
- Harrison, M. I. & Shiron, A. (1999). *Organisational Diagnosis and Assessment*. Thousand Oaks: Sage.
- Hatch, M. (1997). *Organization Theory. Modern Symbolic and Postmodern Perspectives*. New York: Oxford University Press.

Holmström, S. (2004). The Reflective Paradigm of Public Relations. (In: *Public Relations and Communication Management in Europe. A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*. Eds. Betteke van Ruler & Dejan Verçiç. Berlin: Mouton de Gruyter. 121–133).

Hon, L. & Grunig, J. (1999). *Guidelines for measuring relationships in public relations*, [online]. *The Institute for Public Relations*. [Cited: 29.11.2006]. Available: http://ipr.wieck.com/files/uploads/1999_MeasuringRelations.pdf.

Jørgensen, T. B., Hansen, H., Antonsen, M. & Melander, P. (1998). Public Organizations, Multiple Constituencies, and Governance. *Public Administration* 76, 499–518.

Kotler, P. (1975). *Marketing for nonprofit-making organisations*. Engelwood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Ledingham, J. & Bruning, S. (1998). Relationship Management and Public Relations: Dimensions of an Organization-Public Relationship. *Public Relations Review* 24, 1, 55–65.

Luoma-aho, V. & Peltola S. (eds.) (2006). *Public Organizations in the Communication Society*. Publication of the Department of Communication 29. University of Jyväskylä.

Luoma-aho, V. (2005). *Faith-holders as Social Capital of Finnish Public Organizations*. Academic Dissertation. Studies in Humanities 42. University of Jyväskylä.

Meyer, J. W. & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology* 83, 2, 340–363.

Misztal, B. (1996). *Trust in Modern Societies*. Padstow: Polity Press.

Mitchell R., Agle, B. & Wood, D. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *Academy of Management Review* 22, 4, 853–886.

Näsi, J. (1995). What is Stakeholder Thinking? A snapshot of a social theory of the firm. (In: *Understanding Stakeholder Thinking*. Ed. Juha Näsi. Jyväskylä: LSR-julkaisut. 19–32).

Pfeffer, J. & Salancik, G. (1978). *The external control of organizations: A resource dependence perspective*. New York: Harper and Row.

- Pharoah, A. (2003). Corporate reputation: the boardroom challenge. *Corporate Governance* 3, 4, 46–51.
- Powell, W. & DiMaggio, P. (1991). *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- Rawlins, B. (2006). *Prioritizing Stakeholders for Public Relations*. *The Institute for Public Relations*. [Cited: 20.11.2007]. Available: http://www.instituteforpr.org/files/uploads/2006_Stakeholders.pdf.
- Rawlins, B. & Bowen, S. (2005). Publics. (In: *Encyclopedia of Public Relations*. Ed. Robert L. Heath. Thousand Oaks, CA: Sage. 718–721).
- Ruef, M. & Scott, W. (1998). A multidimensional model of organizational legitimacy: Hospital survival in changing institutional environments. *Administrative Science Quarterly* 43, 4, 877–904.
- Sandman, P. (2003). *Stakeholders*. *Peter Sandman Column*. [Cited: 25.11.2007]. Available: <http://www.petersandman.com/col/stakeh.htm>.
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review* 20, 3, 571–610.
- Sztompka, P. (2000). *Trust. A Sociological Theory*. Port Chester, NJ: Cambridge University Press.
- Tyler, T. (2006). Psychological Perspectives on Legitimacy and Legitimation. *Annual Review of Psychology* 57, 375–400.
- Weber, M. (1994). *Political Writings*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tuomo Mörä

Miksi Euroopan unioni ei kiinnosta kansalaisia?

A central precondition for a democratic society is a viable public sphere – a communicative space in which relatively unrestricted, rational and critical debate of common matters in society can take place. This article considers the prospects of a public sphere on European level by analysing the contemporary realities of the European media landscape, structures of governance, and citizen participation. The analysis is based on research literature and interviews with twelve Brussels-based correspondents from different EU-countries. The main argument is that the problems of public sphere in the EU are embedded in contemporary media logic and the processes and structures of decision making in the EU.

Avainsanat: journalismi, julkisuus, demokratia, kirjeenvaihtajat, Euroopan unioni

1 Johdanto

Kansalaisten vieraantuminen poliittisesta päätöksenteosta sekä vallankäyttäjien ja kansalaisten välinen kuilu ovat pitkään olleet huolenaiheita niin tutkijoiden, journalistien kuin päättäjienkin keskusteluissa. Viime kädessä huolella on kyse demokratian toimivuudesta ja poliittisen järjestelmän legitimitetistä.

Euroopan unionin (EU) laajentuminen sekä kansallisvaltioiden tehtävien siirtyminen enenevässä määrin EU:iin on siirtänyt demokratiakeskustelun painopistettä ylikansallisen päätöksenteon problematiikkaan. Monet kansallisvaltioiden ongelmat näyttävät vain pahentuneen Euroopan tasolla: äänestysprosentit ovat Euroopan parlamentin vaaleissa hyvin alhaiset, kansalaisten identifioituminen unioniin on usein heikkoa, tiedot EU:sta ovat usein alhaisella tasolla ja kiinnostus EU-asioita kohtaan näyttää kasaantuvan suhteellisen pienelle eliitille.

Tässä artikkelissa keskitytään kansalaisten vähäisen EU-kiinnostuksen syiden pohdintaan, ja näkökulmana on erityisesti kansalaisten ja median välinen suhde. Artikkelin teoreettisena taustana ovat julkisuusteoreettiset ideaalit, joiden mukaan toimivan yhteiskunnan päätöksenteko perustuu yleisistä asioista käytävään julkiseen keskusteluun. Habermasin (1989/1962) pioneerityön mukaan julkisuuden peruselementtinä pitäisi olla yleisistä asioista julkisia keskusteluja ja väittelyitä

käyvät yksityiset ihmiset. Julkisuus ikään kuin yhdistää kansalaiset ja yhteiskunnan päätöksentekokoneiston. Julkisuus on yhtäältä mekanismi, joka antaa kansalaisille mahdollisuuksia kontrolloida vallanpitäjiä sekä osallistua yhteisön tavoitteiden määrittelyyn ja ongelmien ratkaisuun. Toisaalta se luo keskusteluja koskevat ideaalit: keskustelujen ja väittelyiden tulee olla vapaita, rationaalisia ja kaikkien ulottuvilla.

Tässä tekstissä habermasilaiset ideaalit otetaan ikään kuin vertailukohdaksi, johon vallitsevaa todellisuutta verrataan. Ideaalit kehitettiin alun perin kielellisesti ja kulttuurisesti yhtenäiseen kansallisvaltion, ja niiden käyttökelpoisuutta eurooppalaiseen ylikansalliseen kontekstiin on usein kritisoitu (esim. Fraser 1992). Varsin laaja konsensus vallitsee kuitenkin siitä, että julkinen, rajoittamaton, kriittinen ja analyttinen päätöksentekoa koskeva keskustelu on toimivan demokratian edellytys, oli kyse sitten kansallisvaltiosta tai EU:sta (ks. esim. Fossum & Schlesinger 2007).

2 Analyysi

Artikkelini empiirisenä aineistona ovat 12:n eri Euroopan maista kotoisin olevan Brysselin kirjeenvaihtajan haastattelut¹. Kirjeenvaihtajien haastatteluissa nousi toistuvasti esiin ongelma, jota analysoidaan suhteellisen vähän akateemisessa julkisuustutkimuksessa: kansalaisilla näyttää olevan suhteellisen vähän kiinnostusta EU-keskustelua ja EU:a käsittelevää journalismia kohtaan. Ongelma on luonnollisesti julkisuusideaalien kannalta keskeinen: kuinka kriittistä ja rationaalista keskustelua voi syntyä, jos merkittävä osa kansalaisista ei ole edes kiinnostunut EU-asioista? Monet tutkijat näyttävät tyytyvän ajattelemaan, että kiinnostusta koskevat ongelmat ratkeavat, mikäli kansalaisille vain luodaan mahdollisuuksia päästä mukaan keskusteluun (Hirzalla 2007). Ongelma on kuitenkin monisyisempi.

¹ Tutkimukseen haastatellut kirjeenvaihtajat olivat: Erika Bjerström SVT Aktuellt (Ruotsi), Enrico Brivio Il Sole 24 Ore (Italia), Rolf Gustavsson Svenska Dagbladet (Ruotsi), Mark James BBC (Iso-Britannia), Rolf-Dieter Krause ARD (Saksa), Thomas Lauritzen Politiken (Tanska), Konrad Niklewicz Gazeta Wyborcza (Puola), Inga Rosinska TVN24 (Puola), Jussi Seppälä Yle (Suomi), Michael Stabenow Frankfurter Allgemeine (Saksa), Antonio Steves-Martins Radio Television Portugal, Petteri Tuohinen Helsingin Sanomat (Suomi). Haastattelut tehtiin Brysselissä tammikuussa 2006.

Kirjeenvaihtajille kansalaisten kiinnostuksen puuttumisen ongelma oli kaksijakoinen. Toisaalta EU-juttujen uskottiin ylipäätään kiinnostavan vain yleisön murto-osaa, ennen kaikkea korkeasti koulutettuja, asiantuntijoita sekä johtotehtävissä työskenteleviä. ”Tavallisten kansalaisten” tavoittamista pidettiin vähintäänkin suurena haasteena.

Toisaalta taas katsottiin, että juttuja voisi tehdä kiinnostavammaksi jalkautumalla EU-kortteleista kansalaisten pariin ja tekemällä juttuja siitä, miten EU-päätökset käytännössä vaikuttavat kansalaisten elämään. Etenkin yhden tai kahden hengen toimituksissa katsottiin, että pienet resurssit pakottavat käyttämään suurimman osan ajasta melko rutiinimaiseen uutisseurantaan ja EU-instituutioiden järjestämien tapahtumien ja instituutioiden tuottaman valmiin materiaalin seuraamiseen. Aika ja rahat eivät kerta kaikkiaan riitä yleisöä kenties enemmän houkuttelevien juttutyyppeiden tekemiseen. Lähes kaikki haastateltavat toivoivat enemmän mahdollisuuksia reportaasien ja taustajuttujen tekemiseen.

Kansalaisten suhteellisen vähäinen kiinnostus EU-asioita kohtaan puolestaan kulkee rinnan sen kanssa, miten paljon erityisesti kaupalliset viestimet ja pienten jäsenmaiden mediatalot panostavat EU-journalismiin ja kalliiksi tuleviin kirjeenvaihtajiin. Kaupalliset televisiokanavat ovat lopettaneet asemapaikkojaan Brysselissä, eikä esimerkiksi Saksasta ja Suomesta ole kaupungissa enää ainuttakaan kuukausipalkkaista kaupallisen televisioyhtiön kirjeenvaihtajaa. Paikalle lennätetään toimittajia erilaisiin uutistapahtumiin, mutta television päivittäinen uutisseuranta Brysselissä on pitkälti yleisradioyhtiöiden varassa.

Myös sanomalehtien Brysselin toimitukset ovat usein pieniä. Esimerkiksi Helsingin Sanomilla on Brysselissä yhden hengen toimitus, ja ajoittain kaupunkiin lähetetään toinen, muutamia kuukausia kaupungissa työskentelevä toimittaja. Svenska Dagbladetilla on samoin yhden hengen toimitus, kun kirjeenvaihtajia oli aiemmin kolme. Tanskalaisella Politikenilla on Brysselissä kaksi kirjeenvaihtajaa.

Suurilla jäsenmailla (ja Belgiassa) panostukset Brysseliin ovat isommat. Esimerkiksi BBC:llä oli 2006 Brysselissä kaiken kaikkiaan 22 henkeä, joista seitsemän journalistia ja neljä tuottajaa. Saksalaisella julkisen palvelun televisiokanavalla ARD:llä oli Brysselissä oma studio ja kuusi journalistia. Levikiltään Helsingin Sanomia pienemmällä Frankfurter Allgemeine:lla oli Brysselissä viisi kirjeenvaihtajaa. Kaiken kaikkiaan kolmannes Brysseliin akkreditoituista kirjeenvaihtajista tulee Saksasta, Iso-Britanniasta ja Belgiasta, kun esimerkiksi Viron ja Liettuan osuus on alle puoli prosenttia (AIM Research Consortium 2007). Joka tapauksessa resurssit päätöksenteon seuraamiseen ja käsittelyyn ovat selvästi vähäisemmät EU-tasolla kuin kansallisella tasolla, jossa poliittisen päätöksenteon instituutioita seurataan ja haastetaan kokonaisten toimitusten voimin.

Toinen ”este” eurooppalaisen julkisuuden toteutumiselle on kansallisten näkökulmien vahva rooli mediassa. Kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että Euroopan unionia käsitteleviä debatteja käydään eri maissa ensisijaisesti kansallisista lähtökodista. Kaikki myös katsoivat tekevänsä journalistisia valintoja ensisijaisesti kansallisesti kiinnostavista näkökulmista. Kansallisen näkökulman sivuuttaminen ei yksittäiselle kirjeenvaihtajalle ole mahdollista. Kansallisen näkökulman katsottiin olevan niin päälliköiden kuin yleisön toiveiden mukainen. Toki kirjeenvaihtajat tekivät juttuja myös ”yleiseurooppalaisista” kysymyksistä ja muiden jäsenmaiden asioista, mutta kansallista näkökulmaa voi pitää yleisenä työtä organisoivana periaatteena (ks. myös esim. Slaatta 2006). Käytännössä tämä tarkoittaa esimerkiksi oman maan poliitikkojen ja virkamiesten seuraamista, unionissa tehtyjen päätösten kansallisen merkityksen arvioimista ja kansallisiin erityiskysymyksiin panostamista. Useiden maiden tv-uutisissa jopa suositaan omaa kieltä puhuvia haastateltavia, koska tekstitykseen ei ole totuttu ja vieraskieliset puheet dubataan.

Yritykset luoda ylikansallisia eurooppalaisia medioita (esimerkiksi The European, Voice of Europe, Euro News) ovat joko kaatuneet yleisön puutteeseen tai jatkaneet toimintaansa kansallisten mediajärjestelmien marginaaleissa julkisen rahoituksen turvin. Varsinaisia keskustelufoorumeja nekään eivät ole olleet, pikemminkin yksisuuntaisia, uutisointiin painottuvia viestimiä. Joitakin Eurooppa-orientoituneita sanoma- ja aikakauslehtiä kuten Financial Timesia ja Economistia luetaan eri puolilla Eurooppaa, mutta lukijat ovat lähinnä taloudellista ja poliittista eliittiä. Jo yhteisen kielen puuttuminen rajaa yleisöjä.

Kansallisissa laatulehdissä EU-aiheisten juttujen määrä voi olla suhteellisen suuri (Trenz 2004), mutta lukijakunnat edustavat varsin kapeaa osaa kansalaisista. Kun sisältöanalyysiin otetaan myös muut kuin laatulehdet, jää ”eurooppalainen” näkökulma marginaaliseksi (Machill, Beiler & Fischer 2006). Yksi kirjeenvaihtaja kuitenkin muistutti, että vaikka konkreettinen eurooppalainen keskustelu vielä puuttuisikin, joitakin yleiseurooppalaisen identiteetin piirteitä on havaittavissa. Esimerkkeinä tästä hän piti sitä, että lähes kaikissa EU-maissa etsitään jonkinlaista sosiaalista vastavoimaa täysin vapaalle markkinataloudelle, kommunismin perään ei haikailla missään, eikä yksikään EU-maa ole palauttamassa kuolemanrangaistusta. Muutama kirjeenvaihtaja puolestaan ajatteli, että on olemassa joitakin esimerkkejä eri maissa käydyistä, samanaikaisista ja samoista aiheista käydyistä keskusteluista. Yksi jopa uskoi eurooppalaisen kansalaisuuden olevan syntyessä:

Ajatellaan esimerkiksi perustuslaillisesta sopimuksesta käytyä keskustelua Espanjassa, Unkarissa, Saksassa tai Skotlannissa – keskustelussa on käytetty paljon samanlaisia argumentteja. Yleiseurooppalaista keskustelua käy-

dään, ja uskon sen vielä muuttavan Eurooppaa. Kovin paljon sitä ei vielä näe, mutta sillä tulee vielä olemaan suuri merkitys. Uskon, että eurooppalainen kansalaisuus on syntymässä.

Kirjeenvaihtaja viittasi Schlesingerin (1999) tavoin eliittien ja asiantuntijoiden käymään keskusteluun eikä niinkään kansalaiskeskusteluun. Julkisuusideaaleihin, joiden mukaan keskustelujen ja väittelyiden tulee olla vapaita, rationaalisia ja kaikkien kansalaisten ulottuvilla, ei ainakaan Euroopan tasoisina uskonut oikeastaan kukaan. Jo yhteisen kielen ja yhteisten, yleiseurooppalaisten foorumien puuttumisen katsottiin estävän tällaisen keskustelun.

Useat kirjeenvaihtajat sanoivat kokevansa itsensä enemmän ”eurooppalaisiksi” kuin vaikkapa kollegat kotimaassa. He olivat kriittisiä eri maiden EU-edustajien itsekkäitä motiiveja kohtaan ja kertoivat, että heitä kiinnostaisi tehdä enemmän juttuja yleiseurooppalaisesta näkökulmasta. He olivat kuitenkin sisäistäneet sen, että kansallinen näkökulma on heidän työssään keskeinen ja kansallisen näkökulman hakeminen on tärkeä syy siihen, että kirjeenvaihtajia Brysseliin ylipäätään lähetetään. Yleiseurooppalaisia näkökulmia käsitteleviin juttuihin voitaisiin käyttää kansainvälisiä uutistoimistoja.

Mediatalojen ja journalistien näkökulmasta journalismin tekemistä Brysselissä vaikeuttaa se, että EU-aiheet koetaan usein kuiviksi, monimutkaisiksi ja vaikeasti kuvitettaviksi – ja että ne eivät kiinnosta suurta yleisöä. Kilpailu yleisön huomion on johtanut siihen, että myös kirjeenvaihtajat ovat joutuneet aiempaa enemmän miettimään juttujensa ”kiinnostavuutta”. Haastateltujen kirjeenvaihtajien yleisöpohdinnat voi karkeasti jakaa kahteen osaan: Noin puolet katsoo tekevänsä juttuja lähinnä erityiselle, melko hyvin koulutetulle ja EU-asioista valmiiksi kiinnostuneelle yleisölle. Heille ei tarvitse enää selittää perusasioita, eikä heidän houkuttelemiseen tarvitse käyttää erityisiä keinoja.

Toinen puoli haastattelemistani kirjeenvaihtajista kuitenkin koki yleisökseen kenen tahansa lehden lukijan tai television katselijan. Heidän tavoittamiseen kirjeenvaihtajat mm. henkilöivät juttujaan, pyrkivät kytkemään niitä ihmisten arki-kokemuksiin ja käsittelevät mielenkiintoisia kurioositeetteja. Kirjeenvaihtajat myös mainitsivat usein, että trendi tehdä tällaisia juttuja on vuosien myötä lisääntynyt. Pitkään Brysselissä työskennellyt kirjeenvaihtaja vertaa nykyistä journalismia aiempaan näin:

Nyt he [esimiehet] haluavat tarinoita, jotka herättävät ihmisten huomion. Luulen, että se johtuu internetin ja muiden välineiden kilpailusta, ongelma on varmasti siinä... Ennen haastatelimme vain hyvin tärkeitä ihmisiä. Pitkiä analyttisiä haastatteluja. Nyt haastattelut ovat lyhyitä ja ne keskittyvät päivän teemaan.

Useissa muissakin haastatteluissa tuli esiin samantyyppisiä argumentteja journalististen kriteerien muuttumisesta. Poliittisia analyyseja tehdään vähemmän, päivän puheenaiheita käsitellään enemmän. Asioita käsitellään henkilöiden kautta ja ”hauskat” yksityiskohdat ovat nousseet myös ”vakavien” uutisvälineiden agendalle. EU-aiheissa on kuitenkin monia erityispiirteitä, jotka vaikeuttavat ”kiinnostavien” juttujen tekemistä. Ainakin journalismin näkökulmasta näitä voisi kutsua rakenteellisiksi ongelmiksi.

Verrattuna esimerkiksi kansalliseen politiikkaan EU-päätöksentekojärjestelmässä on useita tekijöitä, jotka ovat hankauksessa vallitsevien journalististen kriteereiden kanssa. Ensinnäkään valta ei ole EU:ssa henkilöitynyt samalla tavoin kuin kansallisessa politiikassa. Nykyjournalismille henkilöitävyys taas on entistäkin keskeisempää. EU-tasolla ei ole presidenttiä, pääministeriä tai oppositiojohtajaa, joiden kautta poliittisia tavoitteita tai erimielisyyksiä voisi käsitellä kuten kansallisella tasolla. Keskeiset valtakeskukset, kuten komissio ja ministerineuvosto ovat kollektiiveja, jotka tekevät päätöksiä suljettujen ovien takana eikä päätöksiä voi yleensä yhdistää johonkin tiettyyn henkilöön. Toimijat kuten komission puheenjohtaja, komissaarit tai vaikkapa EU:n ulkopoliittinen edustaja lienevät EU-kansalaisille melko tuntemattomia ja etäisiä hahmoja. Heidän taustastaan saati henkilökohtaisesta elämästään tai perheestään ei oman maan ulkopuolella juuri tiedetä.

Kansalaiset ovat yleensä voineet seurata kansallisen tason huippupoliitikkojen vaiheita vuosien tai jopa vuosikymmenten ajan, kun taas EU-päätäjät tulevat jostakin, vaikuttavat muutaman vuoden ajan ja katoavat sitten taas kansalaisten enemmistön silmistä jonnekin. Vaikka sensaatiopaljastuksia päättäjien yksityiselämästä ei kaipaisikaan, luo vallan henkilöinti kansallisella tasolla läheisyyden ja inhimillisyyden tuntua politiikkaan. Henkilöinti, tunteet ja inhimillinen draama saattavat kiinnostaa monia sellaisia, jotka eivät muuten välitä seurata politiikkaa. EU-uutisoinnista tämä inhimillinen ulottuvuus suurelta osin puuttuu. Henkilöitävyys on yksi niistä keskeisistä asioista, jotka pitävät journalismia ja julkisuusteorian ideaaleja erossa toisistaan. Rationaalisuutta korostavalle, yksityisen ja julkisen erottavalle julkisuusteorialle politiikan henkilöitävyys ja päätöksentekoon liittyvät tunteet tuntuvat olevan lähinnä jonkinlaista kiusallista kohinaa, kun taas journalismissa asioiden käsittely henkilöiden kautta on yhä keskeisempää.

EU-päätöksentekojärjestelmässä on muitakin piirteitä, jotka tekevät sen journalististen kriteerien näkökulmasta vähemmän kiinnostavaksi kuin kansallisen päätöksenteon. Kansallisella tasolla jutut saavat usein jännitettä esimerkiksi hallituksen ja opposition välisestä vastakkainasettelusta. EU:sta tämä puuttuu, koska mitään parlamentin luottamuksesta riippuvaista hallitusta ei ole olemassa. Vaikka komis-

sion kokoonpano heijastelee Euroopan parlamenttivaalien lopputulosta, ei komissio ole samalla tavoin tilivelvollinen parlamentille kuin kansalliset hallitukset. Kansallisella tasolla esimerkiksi välikysymykset ovat keskeinen tapa tuoda poliittisia erimielisyyden aiheita julkiseen keskusteluun. Koska keskeisiä vallankäyttäjiä ei EU:ssa valita vaaleilla, ei esimerkiksi komissiolla tai ministerineuvostolla ole samanlaista tarvetta perustella toimintaansa julkisesti kuin kansallisilla päätöksentekoeleimillä. Ne eivät myöskään kanna yhtä suoraa poliittista vastuuta tekemisistään kuin vaikkapa presidentti tai pääministeri. Eikä Euroopan parlamentilla ole mahdollisuuksia erottaa ministerineuvoston jäseniä eli kansallisten hallitusten ministereitä.

Journalismin näkökulmasta nämä asiat tekevät EU-päätöksenteosta ”epäseksikästä”, kuten yksi kirjeenvaihtaja ilmaisi. Vastuu päätöksistä jakaantuu moneen paikkaan, yksittäisten henkilöiden tai ryhmien saaminen tilille on vaikeaa (ks. myös Fossum & Schlesinger 2007). Komission ja ministerineuvoston poliittinen vastuu äänestäjille on journalismin kannalta liian monen mutkan takana. Demokratiavajeesta seuraa kiinnostusvajetta niin kansalaisten parissa kuin mediassakin. Medialla ei ole tapana valvoa systemaattisesti tahoja, jotka eivät ole vastuussa toiminnastaan kansalaisille.

Kansalliset vaalit ovat yhä erittäin suuren mediahuomion kohteena, mutta vaalikeskusteluissa EU-teemat ovat varsin marginaalisessa asemassa. Yhtenä syynä tähän on varmasti se, että vaikka suuri osa kansallisesta lainsäädännöstä tulee EU:sta, verotukseen liittyvä päätöksenteko on edelleen kansallisten päätöksentekoeleimien käsissä. Suuri osa kansallisista vaalikeskusteluista onkin keskustelua rahasummista, veroprosenteista ja verovarojen käytöstä.

Eurooppa-tasoisien puoluekentän epämääräisyys ja hajanaisuus ehkäisee myös yhteiskunnallisen keskustelun syntymistä mediassa. Eurooppalaiset puolueet ovat lähinnä eri maiden puolueiden yhteenliittymiä ja ryhmytykset seuraavat logiikkaa, joka poikkeaa kansallisen tason puoluejaoista. Paitsi että kansalaiset eivät välttämättä tiedä, millaisten asioiden tukemiseen tai vastustamiseen heidän äänensä eurovaaleissa lopulta menevät, vaikeuttaa tilanne myös eurooppalaisten julkisten poliittisten keskustelujen syntymistä. Keskustelut Euroopan parlamentissa jäävät kotimaisiin rintamalinjoihin tottuneille journalisteille ja yleisöille vaikeasti hahmotettaviksi ja etäisiksi. Lisäksi Euroopan parlamentissa käytävän keskustelun yhteys varsinaisiin päätöksiin ja lainsäädäntöön on epämääräisempi kuin kansallisella tasolla. Euroopan laajuinen poliittinen kulttuuri on edelleen kehittymätön verrattuna kansallisiin poliittisiin kulttuureihin.

Yksi dilemma journalismin ja EU-päätöksenteon välillä on se, että lakialoitteiden tie valmiiksi saattaa olla todella monimutkainen ja hidas. Komission tehtyä la-

kialoitteen sitä saatetaan käsitellä ensin parlamentissa, sitten neuvostossa, sitten taas parlamentissa, välillä valiokunnissa ja lopulta se tulee kansallisten parlamenttien käsittelyyn. Tämä saattaa kestää vuosikausia, ja kirjeenvaihtaja joutuu pohtimaan, missä vaiheessa lakien valmistelusta pitäisi kertoa. Olennaisen hahmottamista vaikeuttaa se, että niin monia hankkeita on käynnissä samaan aikaan. Alkuperäiset ehdotukset saattavat muuttua paljonkin matkan varrella. Yhden hengen toimituksessa työskentelevälle kirjeenvaihtajalle tilanne on hankala:

Ei ole mitään järkeä kirjoittaa joka kerta kun laki liikahtaa uuteen vaiheeseen. Pitäisi seurata niin hemmetin tarkkaan, että osaisi huomata, että nyt siihen on tullut joku sisältömuutos vaikka parlamentin toisessa käsittelyssä. Näitä hankkeita on todella paljon ja niiden seuraaminen itsekseen on aika hankalaa kaiken muun päälle.

Usein asian käsittelyyn herätäänkin hänen mukaansa vasta siinä vaiheessa, kun se menee kansallisen parlamentin käsittelyyn:

Vasta sitten tajutaan, että tästähän on tulossa meidän laki. Mutta siinä vaiheessa se on jo myöhäistä.

Kuten tässä artikkelissa aiemmin totesin, oikeastaan kukaan haastattelemistani kirjeenvaihtajista ei uskonut vapaan, rationaalisen, kriittisen ja kaikkien ulottuvilla olevan kansalaiskeskustelun toteutumiseen EU:n tasolla. Sitä pidettiin jokseenkin utopistisena ajatuksena. Sen sijaan kirjeenvaihtajat, jotka käsittivät yleiseurooppalainen keskustelun poliittisen, taloudellisen ja asiantuntijaeliitin käymäksi keskusteluksi, pitivät ylikansallista debattia jo olemassa olevana asiana:

Ei se ole ainoastaan mahdollista, vaan sitä käydään koko ajan ja hyvin laajalti. Sitä käydään eri instituutioissa, komissiossa, neuvostossa, parlamentissa. Sitä käydään valtavassa määrässä tutkimuslaitoksia, joita tämä kaupunki on pullollaan. Ne [tutkimuslaitokset] myös osallistuvat ja vaikuttavat politiikan valmisteluun täällä.

Kirjeenvaihtajat käyttävät tällaista keskustelua jossain määrin juttujensa raaka-aineena, mutta systemaattisesti sitä ei seurata ja suurelta osin tätä keskustelua käydäänkin muualla kuin mediassa. Tämä poliitikkojen, virkamiesten, eturyhmi- en, think tankien, asiantuntijoiden ja tutkijoiden käymä keskustelu ja sen rooli EU-päätöksenteossa näyttäisi olevan melko vähän analysoitu alue eurooppalaisessa julkisuustutkimuksessa.

3 Johtopäätökset

Kansalaisten suhteellisen vähäinen kiinnostus EU-asioita kohtaan johtuu monista eri seikoista, eikä tilanteen muuttamiseksi näytä olevan yksinkertaista reseptiä. EU:n instituutiot voivat parantaa viestintäänsä, EU:ta käsittelevää journalismia voi lisätä ja journalismin laatua voi aina parantaa, mutta viestinnälliset seikat eivät ainakaan lähitulevaisuudessa poista EU:n ja kansalaisten välissä olevia rakenteellisia ongelmia.

Eurooppalaiset identifioituvat vielä pitkään pikemminkin kansallisvaltioihinsa kuin Euroopan unioniin ja suuri osa yleisöistään taistelevasta mediasta toimii sen mukaisesti. Tilannetta ei helpota se, että EU:n päätöksenteko- ja puoluejärjestelmät koetaan sekaviksi ja päättäjien poliittinen vastuu vaikeasti hahmotettavaksi. Eurooppalaiset päättäjät ovat myös henkilöinä jääneet EU-kansalaisille vieraisiksi, eikä heihin identifioituminen näytä olevan helppoa.

EU-instituutioiden ja kansalaisten välissä on edelleen kuilu, jonka kaventamiseksi EU on käyttänyt paljon voimavaroja. Tulokset eivät kuitenkaan ole erityisen näkyviä. Myös EU-asioita käsittelevä journalismi näyttää jäävän etäiseksi suurelle osalle kansalaisista. Juttujen tekeminen kiinnostaviksi koetaan vaikeaksi, eikä mediataloissa näytä olevan suuria haluja panostaa nykyistä enempää EU-journalismiin.

Kansalaisten kiinnostuksen puutetta voi joka tapauksessa pitää yhtenä EU:n keskeisimmistä ongelmista. Ilman kiinnostusta ja osallisuuden tunnetta on vaikea luoda elinvoimaista demokratiaa.

Lähteet

AIM Research Consortium (toim.) (2007). *Comparing the Logic of EU Reporting. Transnational analysis of EU correspondence from Brussels*. Bochum, Freiburg: project verlag.

Fossum, J. E. & Schlesinger, P. (2007). *The European Union and the public sphere. A communicative space in the making*. London & New York: Routledge.

Fraser, N. (1992). Rethinking the public sphere. A contribution to a critique of actually existing democracy. (Teoksessa: *Habermas and the Public Sphere*. Toim. Craig Calhoun. Cambridge: MIT Press. 109–142).

Habermas, J. (1989/1962). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press.

Hirzalla, F. (2007). The Internet and Democracy: participation, citizens and politics. *Javnost/The Public* 14, 83–96.

Machill, M., Beiler, M. & Fischer, C. (2006). Europe-Topics in Europe's Media. The Debate about the European Public Sphere: A Meta-Analysis of Media Content Analyses. *European Journal of Communication* 21, 57–88.

Schlesinger, P. (1999). Changing Spaces of Political Communication: The Case of the European Union. *Political Communication* 16, 263–279.

Slaatta, T. (2006). Europeanisation and the news media: issues and research imperatives. *Javnost/The Public* 13, 5–24.

Trenz, H.-J. (2004). Media coverage on European Governance. Exploring the European Public Sphere in National Quality Papers. *European Journal of Communication* 19, 291–319.

Christine Young, Kati Niemi & Timothy Binham

*Going Local: Reform of the European Union's
Communication Strategy*

Euroopan unioni kärsi 2000-luvun alussa demokratiavajeesta ja viestintä-ongelmista, joita aiheutti neuvottomuus kansalaisille suunnatussa viestinnässä. Tätä kuvaa vahvasti tiedotusvälineiden negatiivisesti väritynyt EU-uutisointi. Tilanne kärjistyi, kun ehdotettu perustuslakisopimus kaatui Ranskan ja Alankomaiden kansanäänestyksissä vuonna 2004. Tämän jälkeen EU:n komissio on useassa asiakirjassa esittänyt keinoja kansalaisten ja EU:n toimielinten yhteydenpidon lisäämiseksi. Tavoitteena on uudistaa EU:n viestintää korvaamalla perinteinen ylhäältä alas suuntautuva tiedottaminen aidosti kaksisuuntaisella viestinnällä ja laajalla kansalaiskeskustelulla.

Kirjoituksen alkuosassa käsitellään lyhyesti EU:n julkisen viestinnän ongelmia. Sen jälkeen tarkastellaan EU:n viestintästrategian uudistamista ja viestinnän hajauttamista paikallistasolle. Erityistä huomiota kiinnitetään jäsenmaissa sijaitsevien komission edustustojen asemaan molempiin suuntiin tapahtuvan viestinnän välittäjinä. Päätösosan aiheena on komission lehdistötiedotteiden lokalisointi komission Suomen-edustustossa ja edustuston syksyllä 2007 teettämä toimittajakysely.

Keywords: EU, communication strategy, going local, Plan D

1 Introduction

In the early 2000s, the European Union was suffering from a democratic deficit and problems in “communicating Europe”. The public image of the EU, and that presented in the media, was of a clumsy bureaucratic machine tinkering with cucumber directives. This perception was reinforced by the focus on negative issues in media reporting.

In reaction to the French and Dutch rejection of the Constitutional Treaty in referendums in 2004, the European Commission presented its Plan D for Democracy, Dialogue and Debate (2005b), with the aim of stimulating a wider debate between the citizens and the EU's democratic institutions.

This paper sets out to examine the practical consequences of the Commission's efforts to stimulate public discussion. The paper is not a scholarly study; instead, it is intended to serve as an impulse for "debate about EU debate".

The opening section briefly describes the problems faced by the EU in communicating with the public. We go on to outline how EU communication has evolved in recent years, focusing on the new communication strategy presented in the White Paper on a European Communication Policy (2006) and other Commission documents. Our discussion of this strategy concentrates on the new element of "going local", and particularly on the role of the Commission's Representations in the member states as a focal point for communication in both directions. In the final section, we discuss our own work in localising Commission press releases in the Helsinki Representation, concluding with a look at how Finnish journalists view this work in the light of the findings of a survey carried out for the Representation among journalists in autumn 2007.

2 The EU communication game

The Commission's communicative dilemma has been described in considerable detail by Maria Lindholm in her doctoral thesis (2007). She points out that the Commission uses press releases not only for informative purposes but also as a political means to justify the actions of the EU and the Commission.

One of the essential features of EU communication is that it is multinational, multicultural and multilingual. It could be compared to a fast-moving game of ice hockey in which the 27 players each play for themselves, teaming up temporarily to try to put one of the many pucks into one of the many shifting goals.

In this chaotic game, the Commission has the thankless task of referee. As in any sport, the spectators' objectivity tends to be clouded by patriotism. Therefore, whatever the Commission decides, the national media cries foul and claims unfair treatment when their team fails to score or receives a penalty. The teams, and the media with them, attempt to put their own gloss on the result of the game. Worse still, the result is constantly being called into question, and the rules are in constant flux.

The challenge for the Commission is how to justify its actions to the media and the general public, considering that it is in the nature of the game that they should both be intrinsically hostile to the referee. In tackling the problem of Europe's

democratic deficit, the Commission has opted for reform of its communication strategy.

3 Listening, communicating and going local

The need for a new communication strategy was first acknowledged in the Action Plan to Improve Communicating Europe by the Commission (2005a). The idea was developed further in Plan D, which focused on the need for involving the general public in EU policy debate, and in the White Paper. The latter document identified five main reasons for the communication gap between the EU institutions and the people, and suggested a number of remedies.

First, the institutions had never agreed among themselves what communication is about and who does what. There was no real **policy** on communication in its own right. The White Paper seeks to fill this gap, as its title indicates. In fact, as a first sign that it was making a serious effort to tackle the problem, the Commission had already set up a dedicated post of Commissioner for Communication in 2004, naming the incumbent, Margot Wallström, Vice-President of the Commission.

Second, there was no agreement about the **principles** on which communication should be based. The White Paper suggested that these should be

inclusiveness, i.e. all citizens should have access to information about matters of public concern, in their own language and through a wide range of channels;

diversity, meaning respect of social, cultural and political differences;

participation, meaning that people should have a right to express their views and to be heard; in other words, to engage in a dialogue with decision-makers.

Third, traditionally EU communication had been perceived as a **Brussels affair**. The member states were unwilling to take up the challenge of explaining EU policies. Indeed, national governments might be inclined to consider that it was not in their interest to espouse the EU cause too enthusiastically.

The White Paper pinpointed the need to “go local”, to move communication from the corridors of power to where it will reach the citizens – local radio, TV and newspapers. The Representations play a key role in ensuring that the message is delivered. But it is also crucial that communication is in a form that is relevant to the targeted recipients. Empowering citizens means providing them with informa-

tion in their own language. Here, the role of the EU translators is pivotal: they provide the interface between institutions and citizens.

Fourth, previous communication strategies had focused on **telling** about what the EU does instead of **listening** to what people thought the EU should do. What is needed is two-way communication, a genuine dialogue. One of the obvious ways to listen more is to increase public consultations on EU initiatives. The Commission also needs to pay more attention to opinion surveys and to make use of their conclusions in preparing new policy initiatives. This calls for targeting Eurobarometer surveys better and working together with national experts.

Fifth, too little attention had been paid to the media which give access **most effectively to the largest number of people** – national education systems, regional and local media, and the Internet and other new media. The prime objective is to explain the EU to citizens in language that they can understand, adopting a citizen-centred approach rather than an institution-centred one. It is vital to reach out to new publics, particularly young people and minorities, and to groups with different social backgrounds.

The Commission has recently issued two further communications on the subject of communication. *Communicating Europe in Partnership (2007)* sums up the work in progress and suggests ways to strengthen EU communication policy. A key aim is to move the debate from the corridors of EU power to the citizens. This is particularly important in order to gain acceptance for the Lisbon Treaty and the institutional and other reforms it entails.

The most recent document, *Communicating about Europe via the Internet (2007)*, focuses on the crucial role of the new media in the making and acceptance of policies, and proposes a specific strategy to deal with them. The Commission needs to improve its audiovisual and digital communication tools. It should particularly seek to make better use of interactive services, which are currently limited to the Debate Europe forum, a handful of Commissioners' blogs, and EUTube. In addition to addressing the pressing need to overhaul the EU's own EUROPA pages, the Commission needs to encourage interest in EU affairs on other websites with a view to broadening the debate on the European Union.

4 Localisation of press releases

Press releases are an essential element of communication by the Commission. They are drafted centrally in Brussels and Luxembourg, nowadays usually in

English (and occasionally in French). A small number are translated into all official languages of the EU, others only to a few selected languages, but most of them only into the Commission's working languages, i.e. German and French (or, if the original is in French, into English). All language versions produced are published electronically in the EU Press Room.

Press releases are usually written for a hypothetical audience covering the whole EU. This is reflected in their content: they rarely contain any concrete examples of the practical impact the Commission's actions are likely to have on individual countries.

The traditional argument in favour of this practice is that press releases should be, and in fact are, written for the one thousand accredited journalists working in Brussels, the true EU insiders. It is up to these specialists to report the information in the national media. At least among professional communicators, however, the view that the Commission should tailor its message to specific countries and audiences is gaining ground.

As part of the drive to strengthen the role of the Commission's Representations and to bolster their communication resources, a growing number of Commission translators are being seconded to the Representations as "language officers". One of their main tasks is to localise the Commission's press releases in the national language(s), i.e. adapt them to local needs and highlight their relevance to national audiences. In practice, localisation invariably involves condensing the original text, removing EU jargon and introducing a local perspective, and frequently also reordering – and sometimes redrafting – the text in order to underscore the key message.

5 Press release survey carried out in Finland

The Commission Representation in Helsinki regularly monitors EU reporting in the Finnish media. Such monitoring, however, provides no information about how useful the press releases are to journalists. To explore this issue, the Representation decided to commission an independent survey from a consultant in autumn 2007.

The survey was carried out in October 2007. A questionnaire was e-mailed to 375 journalists and other communication professionals. Respondents were asked to comment on the viability of Commission press releases and their relevance compared with other sources of information, and to state what use was made of them

and how they could be improved. 45 replies were received, yielding a rather low response rate of 13 %. Some regions, notably northern Finland, were under-represented among the respondents. Apart from this, according to the consultant who carried out the survey, the sample can nonetheless be considered representative enough to warrant general conclusions.

Among the respondents, 47 % represented the printed press and 16 % were TV reporters. Smaller groups included magazines (11 %), web publications (9 %) and radio (4 %). In terms of specialisation, the largest group consisted of political reporters (22 %), followed by editors and editorialists (17 %), managers (15 %), news reporters (13 %), economic editors (11 %) and foreign correspondents (9 %).

Replies were received from all the leading Finnish media houses except the Finnish News Agency. Some of the regional media, especially in northern Finland, were insufficiently represented in the sample.

Half the respondents stated that they monitored the Commission Press Room website regularly or fairly regularly. The majority considered the Commission's press releases to be "useful" or "fairly useful". Only a bare third of all respondents, however, made "frequent" or "fairly frequent" use of such press releases in drafting their articles or features. Occasionally some journalists might use a Commission press release as their only source of information for a short news item.

Generally, press releases were used as one of many information sources. About half the respondents had frequently or fairly frequently already received the same information from another source. A factor limiting the usefulness of press releases was their late timing: they are published at noon Brussels time, when it is already 1 pm in Finland.

The respondents were fairly unanimous about the usefulness of localisation. At any rate, when asked to compare the examples attached to the questionnaire, 84 % pronounced that the localised version was more useful for their purposes, as it was clearer and more concise, and went straight to the point.

The respondents also suggested some improvements. They felt that the press releases produced by the Representation should concentrate on issues relevant from a Finnish point of view and on their impact on Finland. The texts and introductory paragraphs should be shorter, and the use of terminology and EU jargon should be minimised. The number of links should be increased.

On the basis of the survey, there is clearly a demand for localisation. The Commission's webpages are too extensive, making it difficult to find the relevant information. There is not enough information in Finnish, and too little about the local impact of EU actions. The localised versions should therefore delve deeper. As one respondent put it, "You can't overestimate the laziness and ignorance of journalists".

6 Conclusions

The Commission's new communication policy is based on the idea that passing on information is not enough; press releases and other forms of communication also have an important function in fashioning the communicator's image. The danger with pompous and wordy messages is that they convey the impression of a Commission indifferent to the needs of the various target audiences. Hence the need for Plan D. Successfully communicating the EU is only possible if EU affairs are debated at local, regional and national level. The Commission is aware of the need to go local: a European public sphere cannot be created in Brussels. Polling results show that citizens expect their national government to inform them about what the EU is doing for them and how this affects their daily lives. What is therefore needed is not the self-serving attitude described in our ice hockey metaphor, but a genuine partnership between the Commission and the Member States.

References

European Commission (2005a). *Action Plan to Improve Communicating Europe by the Commission*. SEC(2005) 985 final.

European Commission (2005b). *The Commission's contribution to the period of reflection and beyond: Plan D for Democracy, Dialogue and Debate. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions*. COM(2005) 494 final.

European Commission (2006). *White Paper on a European Communication Policy*. COM(2006) 35 final.

European Commission (2007). *Communicating Europe in Partnership. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the*

European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. COM(2007) 568 final.

European Commission (2007). *Communicating about Europe via the Internet. Engaging the citizens.* SEC(2007) 1742.

European Commission Representation in Finland (2007). *Survey on press releases* (in Finnish). Unpublished survey for the Representation's internal use.

Lindholm, M. (2007). *La Commission européenne et ses pratiques communicatives: Étude des dimensions linguistiques et des enjeux politiques des communiqués de presse.* Linköping University. Doctoral thesis.