

VAASAN YLIOPISTO

Filosofinen tiedekunta

Sanna Machaal

Vuosikertomusten strategiatekstin tulevaisuusdiskurssin interpersoonaiset  
roolit ja maailmat

Nykysuomen pro gradu -tutkielma

Vaasa 2010

## SISÄLLYS

KUVIOT	2
TIIVISTELMÄ	5
1 JOHDANTO	7
1.1 Tavoitteet	8
1.2 Aineisto	9
1.3 Menetelmä	11
1.4 Tausta ja aikaisempi tutkimus	13
2 SYSTEEMIS-FUNKTIONAALINEN KIELITIEDE	16
2.1 Systemis-funktionaalisen kielitieteen tausta ja käsitteet	16
2.2 Teksti ja diskurssi	19
2.3 Konteksti	20
2.2.1 Tilannekonteksti ja rekisteri	23
2.2.2 Kulttuurikonteksti ja tekstilaji	24
3 METAFUNKTIOT	28
3.1 Ideationaalinen metafunktio	28
3.2 Interpersoonainen metafunktio	31
4 STRATEGIATEKSTIN TULEVAISUUSDISKURSSIN VIESTIJÄT	35
4.1 Kertoja, tietäjä ja suunnittelija	35
4.2 Varma ja velvoittava viestijä	36
4.3 Positiiviset viestijät	38
5 KEHITYKSEN MAAILMA	40
5.1 Kehittää tekona	40
5.2 Kehittäminen kohteena, olemassa olevana, paikkana ja tapana	42
5.3 Kehittämisen kohteet	47

5.3.1 Tuote ja palvelu	47
5.3.2 Toimintamallit ja liiketoiminta	48
5.3.3 Ydinvahvuudet	50
5.3.4 Muutos, yhteistyö ja vastuu	51
<b>6 KASVUN MAAILMA</b>	<b>53</b>
6.1 Kasvu määritettävänä	53
6.2 Kasvu kohteena	54
6.3 Kasvu epäsuorasti	58
6.4 Kasvu yhdyssanassa	60
<b>7 MUUTOKSEN MAAILMA</b>	<b>62</b>
7.1 Muutos parempaan	62
7.2 Muutos lisäykseen	65
7.3 Muutos vahvemmaksiksi	68
7.4 Muutos vähenemiseen	71
<b>8 TULOKSET JA PÄÄTELMÄT</b>	<b>74</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>81</b>
<b>LIITTEET</b>	
Liite 1. Tulevaisuusdiskurssin prosessit	85
Liite 2. Esimerkki vuosikertomuksen strategiatekstistä	87
<b>KUVIOT</b>	
Kuvio 1. Strategiatekstin sijoittuminen viestintäkenttään	10
Kuvio 2. Vuosikertomuksen tulevaisuusdiskurssiin rakentuvat maailmat ja interpersoonaiset roolit.	13
Kuvio 3. Kielen kerroksinen rakentuminen, jota ympäröi konteksti.	21
Kuvio 4. Kielen ja sosiaalisen kontekstin suhde	22
Kuvio 5. Kontekstin ja kielen suhde systeemis-funktionaalisessa mallissa	24

Kuvio 6. Kontekstin ja kielen suhde rekisteri- ja tekstilajiteoriassa.



---

**VAASAN YLIOPISTO****Filosofinen tiedekunta**

<b>Tekijä:</b>	Sanna Machaal
<b>Pro gradu -tutkielma:</b>	Vuosikertomusten strategiatekstin tulevaisuusdiskurssin interpersoonaiset roolit ja maailmat
<b>Tutkinto:</b>	Filosofian maisteri
<b>Oppiaine:</b>	Nykysuomi
<b>Valmistumisvuosi:</b>	2010
<b>Työn ohjaaja:</b>	Esa Lehtinen

---

**TIIVISTELMÄ:**

Strateginen johtaminen ja strategia käsitteenä ovat tärkeimpiä yritysmaailman kulmakiiviä. Nykypäivänä strategia liittyy lähes kaikkeen tavoitteelliseen toimintaan, ja sanana se vilahtelee usein tiedotusvälineissä eri konteksteissaan. Vuosikertomusta pidetään pörssi-yhtiöiden lähes merkityksellisimpänä viestintäkanavana sidosryhmilleen. Strategia tekstinä sisältyy lähes poikkeuksetta vuosikertomukseen; kaksi yhtiön kannalta merkityksellistä asiaa yhdistyvät.

Tässä tutkimuksessa tutkittiin, millaisia interpersoonaisia rooleja ja maailmoja rakentuu pörssi-yhtiöiden vuosikertomusten tulevaisuusdiskurssin strategiateksteihin. Tavoitteena oli selvittää vuosikertomusten strategiatekstin tulevaisuusdiskurssin kielellisiä valintoja, ja millaisia viestijärooleja ne tekstiin luovat. Toisena tavoitteena oli tutkia tekstiin rakentuvia maailmoja: mistä strategiatekstissä puhutaan. Näihin tavoitteisiin syvennyttiin tekstintutkimuksen ja systeemis-funktionaalisen kielitieteen keinoin. Tekstintutkimuksen avulla voitiin löytää merkityksiä tekstistä ja systeemis-funktionaalinen kielioppi antoi työkalut tekstin analysointiin. Analyysi kohdentui kielen interpersoonaiselle ja ideationaaliselle tasolle.

Tutkimus osoitti, että vuosikertomusten strategiatekstiin kirjoittuu kertojan, tietäjän ja suunnittelijan interpersoonaiset roolit. Näin ollen vastaanottajaksi kirjoittuu osakkeiden omistaja, sijoitusta harkitseva tai rahoittaja. Kielellisten valintojen pohjalta viestijärooleja voidaan lisäksi määritellä sanoilla varma, velvoittava tai positiivisten asioiden viestijä. Tutkimus osoitti myös, että strategiatekstiin rakentuu kielellisillä valinnoilla kolme merkityksellistä maailmaa: Kehityksen maailma, Kasvun maailma ja Muutoksen maailma. Tutkimuksen mukaan strategiatekstin tulevaisuuspuhe on abstraktia, jolloin todelliset tekemiset ja tekojen vaikutukset jäävät vastaanottajalle kertomatta. Abstraktit kielelliset valinnat ovat kuitenkin yksi kielen resurssi luoda halutunlaista mielikuvaa yhtiöstä ja sen toiminnasta: kehittyvää, kasvavaa ja muutosta parempaan. Piiloon jäävä todellisuus, konkretia, aukeaa vain yhtiön sisällä käytävissä keskusteluissa, neuvotte-luissa, päätöksissä ja tekemisissä. Niitä ei ole tarkoituksenmukaista tässä rekisterissä ja tilannekontekstissa tuoda esille.

---

**AVAINSANAT:** Tekstintutkimus, systeemis-funktionaalinen kielitiede, prosessit, interpersoonaiset roolit, vuosikertomus, strategia



## 1 JOHDANTO

Syksyllä 2008 olin nykysuomen opiskelijana löytänyt tieni kurssille, joka kantoi nimeä Yrityksen johtaminen. Luentojen edetessä esiin nousi sanoja: visio, arvot ja strategia. Erityisesti sana *strategia* vilahteli luentojen aikana useita kertoja eri yhteyksissä. Yrityselämässä strategia on johtajan tai yleisesti ottaen ihmisten ajatuksissa, ja usein se saa kirjallisen muodon. Kielen opiskelijana kiinnostukseni heräsi siihen, mikä strategia on ja miten se kielellisesti rakentuu.

Sanana strategia vilahtelee yhteiskunnallisissa keskusteluissa ja tiedotusvälineissä. Esimerkiksi yliopistolain muutos on saanut yliopistot kirjoittamaan omia strategioitaan uusiksi ja asettamaan ne entistä näkyvämmälle – kirjalliseen muotoon. Nopea tiedonhaku verkossa osoittaa, että useilla kaupungeilla ja jopa kirjastoillakin on oma strategiansa – nykyään kaikella tavoitteellisella toiminnalla. Yritykset tekevät strategisia linjauksiaan ja julkistavat niitä eri viestintävälineissä – yrityksen verkkosivuilla ja vuosikertomuksissa. Strategia saa siten kirjallisen muodon, se luodaan kielellä. Suoraviivaisesti sanottuna, kun strategian sisältö ja kieli kohtaavat, syntyy strategiateksti. Yhtälailla kun puheellamme on kontekstista riippuen jokin tarkoitus, myös tekstillä on kontekstistaan riippuen jokin tarkoitus. Tähän ajatukseen pohjautuen strategiatekstille on löydetävissä olemassaolon perusteet.

Yrityksen yksi tärkeimpiä viestintävälineitä on vuosikertomus, ja tämä merkityksellinen teksti on sisällytetty vuosikertomukseen. Strategiateksti esiintyy lähes poikkeuksetta jokaisen pörssiyhtiön vuosikertomuksessa. Millainen on teksti, jonka yhtiö haluaa asettaa tärkeimpien sidoskumppaneidensa, osakkeiden omistajien tai mahdollisten osakkeiden ostajien luettavaksi? Millainen on teksti, jota työstitään yrityksissä ja eri yhteisöissä? Miksi sillä on niin suuri voima? Tähän tekstiin mielenkiintoni suuntautuu.



## 1.1 Tavoitteet

Strategia liittyy olennaisesti organisaatioiden johtamiseen ja suunnittelutyöhön. Siitä on löydettävissä useita eri määritelmiä, mikä todistaa sitä, että sen todellinen merkitys pyritään löytämään. Mintzberg, Ahlstrand ja Lampel (1998: 9–15) ovat määritelleet strategialle viisi eri merkitystä. Ensimmäiseksi strategia on suunnitelma. Se on toiminnan suunta tai opas tulevaisuuteen, yrityksen tapa päästä tavoitteeseensa. Toiseksi strategia voidaan nähdä kuviona, jolla tarkoitetaan yrityksen liiketoiminnassa havaittua johdonmukaisuutta. Kolmanneksi strategia on positio eli yrityksen tietty asema markkinoilla ja toimintaympäristössä. Strategiaa voidaan pitää myös näkökulmana, tapana tarkastella yritystä ja sen ympäristöä. Viidenneksi strategia on juoni, jonka avulla yritys pyrkii johdamaan vastustajansa tai kilpailijansa harhaan parantaakseen omia kilpailuasetelmiaan.

Strategisen johtamisen juuret ovat sodankäynnin käsitteistössä ja sodankäyntiin liittyvissä kirjoituksissa. Tieteenalana strateginen johtaminen alkoi kehittyä toisen maailmansodan jälkeen amerikkalaisissa yliopistoissa. Kehitys sai alkunsa, kun liiketaloustieteilijöiden tutkimusten mukaan yrityksen toimintaympäristön kehitystä tuli tarkastella systemaattisesti. Tämän tarkastelun pohjalta piti luoda yrityksille ja muille organisaatioille toimintaa ja kehitystä ohjaava strategia. Tältä pohjalta strateginen ajattelu ja kieli saivat alkunsa. (Vaara & Laine 2006: 157.) Aikaa näistä lähtökohdista on kulunut pyöreästi 70 vuotta. Tänä aikana strategian kieli, kuten yleensäkin kieli, on kehittynyt. Strategiapuheen alkuajoista nykypäivänään strategia on löytänyt tiensä ja vakinaistanut paikkansa pörssiyritysten vuosikertomukseen.

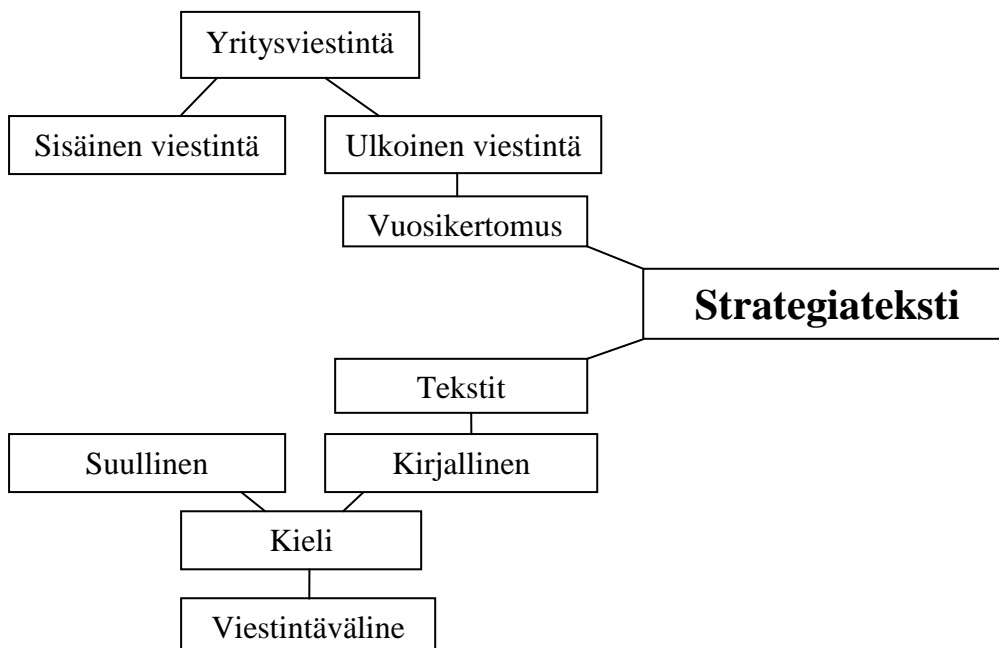
Tutkimukseni tavoitteissa lähdän liikkeelle kysymyksestä, mikä on vuosikertomuksen strategiateksti. Mitä ja mistä siinä puhutaan? Tavoitteenani on selvittää vuosikertomusten strategiatekstin tulevaisuusdiskurssin ominaispiirteitä: millaisia kielellisiä valintoja strategiatekstin tulevaisuusdiskurssissa on tehty, ja millaisia viestijän rooleja ne tekstiin luovat. Tavoitteenani on myös tutkia strategiatekstin tulevaisuusdiskurssiin rakentuvia maailmoja: Mistä tulevaisuusdiskurssissa puhutaan, mitä tehdään ja kuka tekee? Millaisin kielellisin valinnoin maailmat rakentuvat tekstiin ja mikä on niiden funktio?

Kielentutkimus ja siitä saadut tulokset voivat selventää, mikä strategiateksti on, miksi se on olemassa, millaiset kielelliset valinnat ovat tyypillisiä yhtiön kirjallisessa strategiassa ja mikä merkitys niillä on. Tulokset voivat tuoda uutta näkökantaa tai ainakin vahvistaa jo tiedossa olevia asioita. Kielentutkimuksesta saatua tietoa voidaan myös soveltaa strategiatekstin tuottamiseen, ja tulokset voivat laittaa miettimään tarkemmin strategian merkityksiä. Vuosikertomusten kohdeyleisö on moninainen. Niitä lukevat muun muassa yrityksen henkilöstö, osakkeenomistajat, mahdolliset osakkeiden ostajat, johtajat, rahoittajat, kilpailijat ja muut sidosryhmät. Ei ole siis yhdentekevää, kuinka asiat on kielellisesti esitetty strategiatekstissä. Strategiatekstin antama kuva yhtiön tulevaisuudesta ja yhtiöstä merkitsee jokaiselle lukijalle jotakin. Tutkimukseni tulokset voivat tukea ammattikielen tutkimusta tuomalla tietoa siitä, millaisia kielellisiä valintoja strategiateksti sisältää.

## 1.2 Aineisto

Pörssiyhtiön viestintää säätelevät arvopaperimarkkinalaki, valtiovarainministeriön päätökset, rahoitustarkastuksen määräykset ja ohjeet sekä Helsingin Pörssin säännöt ja ohjeet. Vakiintunut käytäntö on, että arvopaperimarkkinalain ja valtiovarainministeriön päätösten tarkoittama tilinpäätöksen julkistaminen on sama kuin painetun vuosikertomuksen julkistaminen. Vuosikertomuksessa ei ole mitään uutta, aikaisemmin julkistamatonta tietoa. Vuosikertomuksen pääosana on tilinpäätös, joka koostuu selostusosasta ja taulukko-osasta. Selostusosassa käydään läpi muun muassa yhtiön toiminta, tuloskehitys, investoinnit ja rahoitustilanteen muutokset. Taulukko-osassa esitetään muun muassa tilikauden ja edellisen tilikauden liikevaihto, liikevoitto tai -tappio, voitto tai tappio ennen satunnaisia eriä, voitto tai tappio ennen tilinpäätössiirtoja ja veroja sekä vieraspääoma. Tilinpäätös eli käytännössä painettu vuosikertomus on julkistettava viimeistään viikkoa ennen varsinaista yhtiökokousta, jossa se esitetään vahvistettavaksi. (Mars, Virtanen & Virtanen 2000: 49, 60–62, 65.) Tilinpäätöstietojen lisäksi vuosikertomuksessa esitellään yhtiöstä riippuen sen tavoitteet, arvot, visio ja strategia sekä toimitusjohtajan katsaus. Lisäksi vuosikertomuksessa voidaan kertoa yksityiskohtaisemmin esimerkiksi yhtiön henkilöstöstä, liiketoiminnasta, toimialasta ja yritys vastuusta.

Tutkimukseni aineistona on Altian (AL), Atrian (AT), Lemminkäisen (L), Orionin (O), Pöyryn (P), Raision (RAI), Ramirentin (RAM), Talentumin (T) ja Vaconin (V) vuoden 2007 vuosikertomukset, joista analysoin strategiatekstit. Lisäksi olen rajannut aineistoni koskemaan sitä osaa tekstiä, joka viittaa tulevaisuuteen. Vuosikertomusten pituus on yhtiöstä riippuen 50–100 sivua. Strategiateksti sijaitsee vuosikertomuksen ensimmäisillä sivuilla ja se vaihtelee pituudeltaan yhtiöiden kesken. Pituus voi olla sivusta kahteen. Olen rajannut aineistoani siten, että analysoin ainoastaan strategiatekstin. En ole ottanut mukaan otsikkoa, väliotsikoita, kuvia, kuvatekstejä tai kaavioita, koska niiden analysointi vaatii mielestäni oman tutkimuksensa tai ainakin laajemman tutkimuksen. Vuosikertomukset ovat tarkoituksella eri aloilta, jotta tutkimukseni tulokset koskevat yleisesti strategiatekstiä, eikä mitään tiettyä toimialaa tai tietyn pörssin yhtiöitä. Koska vuosikertomus on pörssiyhtiön yksi tärkeimmistä viestinnällisistä julkaisuista, on se totuudenmukainen konteksti tarkastella strategiatekstiä.



**Kuvio 1.** Strategiatekstin sijoittuminen viestintäkenttään.

Olen hahmottanut kuviossa 1, kuinka tutkimukseni aineisto sijoittuu yritysviestinnän ja viestintäkeinojen maailmaan. Yritysviestintä voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Ulkoinen viestintä sisältää sijoittajaviestinnän, jonka yhtenä kanavana on vuosi-

kertomus. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008: 102, 135, 137.) Vuosikertomus rakentuu eri tekstikokonaisuuksista, ja yhtenä tekstinä vuosikertomuksessa on strategia. Kuvio 1 todentaa myös sen, että käyttämämme kieli viestintävälineenä voidaan jakaa karkeasti suulliseen tai kirjalliseen. Yksi kirjallisen viestintävälineen kanava on tekstit, jonka alle strategiateksti sijoittuu. Kuvio todentaa sitä, että strategian yhtenä olemassa olon paikkana on yrityksen ulkoisen viestinnän ja sijoittajaviestinnän kanava, vuosikertomus, jossa strategia todentuu tekstinä.

### 1.3 Menetelmä

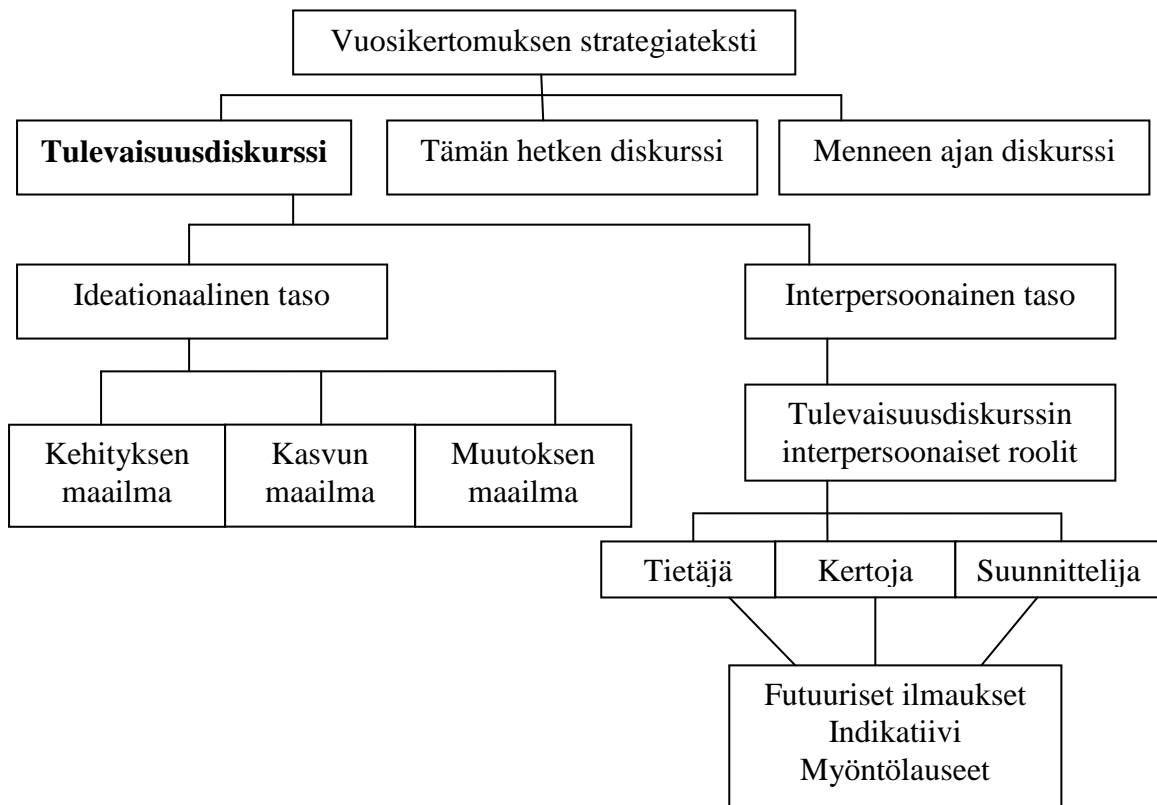
Tutkimukseni on laadullinen nykysuomen tutkimus, tarkemmin tekstintutkimus. Analyysini pohjautuu M. A. K. Hallidayn (2004) kehittämään systeemis-funktionaaliseen kielioppiin. Sille on ominaista, että kieltä tarkastellaan ensin sen merkityksen kannalta ja sitten vasta muodon. Systeemis-funktionaalinen kielitiede asettaa kysymykset, kuinka ihmiset käyttävät kieltä, ja kuinka kieli rakentuu tätä käyttöä varten. Ihmiset eivät käytä kieltä tyhjän takia vaan käytöllä luodaan merkityksiä, jotta ymmärrämme maailmaa ja toisiamme. (Eggins 1994: 2.) Kieli nähdään rakentuvan kolmella eri tasolla: maailman repesointi tekstissä, vuorovaikutuksen rakentuminen ja tekstin tekstuaalinen rakentuminen. Kukin taso muodostaa oman systeemin, jonka puitteissa tekstintuottaja tekee kielellisen valintansa. (Halliday & Matthiessen 2004: 58–60.) Tekstin tekstuaalinen rakentuminen jää tutkimukseni ulkopuolelle.

Tutkimukseni alkupisteenä oli laajasti käsitettynä strategia, joka esiintyy merkityksellisenä sanana useissa tilanteissa. Selatessani pörssiyrityöiden vuosikertomuksia oli todettava, että jokainen vuosikertomus lähes poikkeuksetta sisälsi osion strategia, joka muodosti oman tekstikokonaisuuden. Valikoin satunnaisesti yhdeksän pörssiyrityöiden vuosikertomusta, joiden strategiatekstejä aloin lukea. Lukiessani tekstejä havaitsin niiden sisältävän kielellisiä viittauksia menneeseen, tähän hetkeen ja tulevaisuuteen. Nimesin puheet menneen ajan diskurssiksi, tämän hetken diskurssiksi ja tulevaisuusdiskurssiksi. Tältä pohjalta rajasin aineistoni koskemaan vain tulevaisuusdiskurssia.

Edelleen jatkoin strategiatekstin tulevaisuusdiskurssin lukemista. Yhtenä tavoitteenani oli tutkia tekstiin kirjoittuvia viestijärooleja. Tähän tavoitteeseen pyrin saamaan vastauksia analysoimalla tulevaisuusdiskurssista selkeästi esiin nousevia kielellisiä valintoja ja pohtimalla niiden merkityksiä. Tekstiin kirjoittuvien kielellisiin valintoihin nojautuen nimesin viestijäroolit: kertoja, tietäjä ja suunnittelija.

Toisena tavoitteena oli päästä sisälle strategiatekstin tulevaisuusdiskurssin maailmaan. Maailmoihin pääsin käsiksi tutkimalla tekstissä esiintyviä prosesseja eli finiittiverbejä. Koska prosessi voidaan ilmaista myös nominaalimuodossa, otin myös ne mukaan analyysiini. Tein konkreettisesti listan tulevaisuusdiskurssin finiittiverbeistä ja niitä vastaavista nominaalimuodoista. Kun luin strategiatekstejä ja tarkastelin listaa, nousi sieltä prosesseihin tukeutuen selkeästi esiin kolme maailmaa. Nimesin nämä maailmat Kehittämisen maailmaksi, Kasvun maailmaksi ja Muuttumisen maailmaksi. Kehittämisen maailman muodostivat *kehittää* ja *kehittyä* finiittiverbeinä ja nominaalimuotoina. Kehittämisen maailmassa jaoin myös kehittämisen kohteet omiin luokkiinsa. Kasvun maailman rakensivat finiittiverbit *kasvaa* ja *kasvattaa* sekä näiden nominaalimuodot. Muuttumisen maailman muodostivat finiittiverbit *parantaa*, *vahvistaa*, *lisätä*, *vähentää*, *pienentää* ja *karsia*. Pyrin analysoimaan nimeämieni maailmojen kielellisten valintojen merkityksiä. Näiden luomieni luokkien ulkopuolelle jäi vielä prosesseja, jotka rakentavat lisää maailmoja tulevaisuusdiskurssiin. Se ei tarkoita, että ne olisivat merkitykseltään vähäisempiä, mutta tutkimuksessani halusin syventyä niihin maailmoihin, jotka selkeästi nousevat diskurssista esille.

Olen koonnut kuvioon 2 strategiatekstiin kirjoittuvat viestijäroolit ja niitä rakentavat kielelliset valinnat. Kuviosta näkyy myös strategiatekstin tulevaisuusdiskurssiin rakentuvat maailmat.



**Kuvio 2.** Vuosikertomuksen tulevaisuusdiskurssiin rakentuvat maailmat ja interpersoonaiset roolit.

Analysoitavasta aineistosta olen poiminut edustavimmat esimerkit, jotka olen numeroinut juoksevalla numeroinnilla. Jokaisen esimerkin jälkeen on myös lyhenne, joka viittaa lainattuun vuosikertomukseen. Tutkin strategiatekstejä kielitieteelliseltä pohjalta, en taloustieteelliseltä näkökannalta.

#### 1.4 Tausta ja aikaisempi tutkimus

Strategiaa on tutkittu ja pyritty selittämään eri tavoin liiketaloustieteissä ja organisaatiotutkimuksissa. Johtamisen ja organisaation teoreettiset näkökulmat ovat kehittyneet vuosikymmenien aikana. Tämä kehitys on mahdollistanut diskurssianalyysin vahvan tulon mukaan tieteseen, ja uskon myös, että postmodernista näkökulmasta katsottuna tekstintutkimuksella voi olla osansa annettavana. 1900-luvun alusta vuosisadan puoli-

väliin asti oli voimassa klassinen näkemys, jossa organisaation tarkastelun kohteena oli sen tekninen toimivuus ja suorituskyky. Sitä seurasi moderni teoreettinen aikakausi, jossa kiinnostus kohdistui organisaatioon järjestelminä ja niiden tilannetekijöihin. Tämä näkökulma oli vallalla 1970-luvulle asti. Myöhäismoderni näkökulma seurasi modernia, ja sitä kesti 1990-luvulle. Tämä aikakausi merkitsi tieteellisyyden vaatimusten vapautumista. Tutkimuksiin otettiin tosiasioiden lisäksi mukaan myös tieteellisesti viritettyjä tulkintoja organisaatiosta. Organisaatio nähtiin dynaamisemmin, mikä johti siihen, että mielenkiinto kohdistui organisaatiossa tapahtuvaan muutokseen ja oppimiseen. Tätä seurasi 1990-luvulta postmoderni näkökulma, jossa mielenkiinto suuntautui organisaatioiden ymmärtämiseen kielen tai tekstin kaltaisina ilmiöinä, joille ominaista on moninaisuus ja monimerkityksellisyys. Postmodernismille on olennaista pyrkiä tuomaan esiin kielelliset merkitysrakenteet, jotka tuottavat itsestäänselvyyksiltä näyttävät asiat, roolit ja totuudet. (Peltonen 2007: 18–19.)

Itse strategiakieltä, strategista suunnittelua ja johtamista on tutkittu kriittisellä otteella. Kriittisellä suhtautumisella tarkoitetaan strategiaan liittyvien arvojen, valta-asetelmien ja ideologian esiintuomista. Aiheesta ovat kirjoittaneet muun muassa Knights ja Morgan (1991), Alvesson ja Willmott (1995) sekä Samra-Fredericks (2003). Strategiaa on tarkasteltu kriittisen diskurssianalyysin näkökulmasta. Vaara, Kleymann ja Seristö (2004) ja Laine & Vaara (2007) ovat tutkineet omissa case-tutkimuksissaan, kuinka yrityksen johto pystyy strategian avulla toimimaan ja käyttämään valtaa. Tutkimusten teoreettisena viitekehystenä on ollut diskurssianalyysi. Strategiaviestintää, strategian toteutusta käytäntöön ja siihen liittyviä tekijöitä ovat tutkineet Aaltonen ja Ikävalko (2002), Mantere (2005) ja Mustonen (2009).

Strategiatekstit eivät ole vielä usein olleet tutkimuksen kohteena, vaikka tekstintutkimusta ja kriittistä tekstintutkimusta on tehty paljon. Esimerkiksi Karvonen (1995) on tutkinut väitöskirjassaan oppikirjatekstiä, Heikkinen (1999) on tutkinut väitöskirjassaan pääkirjoituksia ja Kankaanpään (2006) aineistona on ollut hallinnon lehdistötiedotteiden kieli. Ulla Tiililä (2007) on paneutunut väitöskirjassaan etupäätösten kieleen ja tekstiin. Virkakielen tutkimus on ollut suosittua 2000-luvulle tultaessa.

Vuosikertomukseen liittyviä tutkimuksia ei ole julkaistu paljon. Susanna Hermalampi (2005) on tutkinut artikkelissaan toimitusjohtajan katsauksia kertomuksina ja retorisisina valintoina. Vesa Heikkinen (2002) on artikkelissaan käsitellyt kunnan viestintästrategiaa. Tarja Pietiläinen (2002) on analysoinut osana väitöskirjaansa kaupunkien strategia-asiakirjoja. Pälli ja Lehtinen (2009) ovat artikkelissaan tuoneet esille sen, kuinka strategiaa ja muita kirjoitettuja ja puhuttuja tekstilajeja rakennetaan vuorovaikutuksessa, yrityksen kokouksissa. Pälli, Vaara ja Sorsa (2009) ovat artikkelissaan tutkineet Lahden kaupungin virallista strategiaa. He ovat yhdistäneet tekstintutkimuksen ja keskusteluanalyysin, ja ovat asettaneet kysymykseksi, mikä strategia on tekstilajina. Oma tutkimukseni liittyy osaltaan tähän jatkumoon ja kohdistuu strategiaan tekstinä ja sitä kautta kielellisiin valintoihin.



## 2 SYSTEEMIS-FUNKTIONAALINEN KIELITIEDE

Tutkimukseni teoreettisena perustana on systeemis-funktionaalinen kielitiede. Tarkastelen seuraavissa luvuissa sen taustaa, käsitteitä ja näkemyksiä sekä kielestä että tekstistä.

### 2.1 Systeemis-funktionaalisen kielitieteen taustaa ja käsitteitä

Systeemis-funktionaalisen kielitieteen isänä voidaan pitää englantilaista kielitieteilijää M. A. K. Hallidaytä, joka kehitti systeemis-funktionaalisen kieliopin (SF-kielioppi). Halliday ei kuitenkaan ole kehittänyt kielioppia tyhjästä, vaan vaikuttajina siihen ovat olleet eri kielitieteilijöiden näkemykset kielestä. Halliday (2003: 186) itse kirjoittaa opettajansa, englantilaisen kielitieteilijän J. R. Firthin vaikuttaneen eniten hänen omaan ajatteluunsa.

Systeemis-funktionaalisisessa lähestymistavassa voidaan erottaa kaksi näkökulmaa: kuinka ihmiset käyttävät kieltä, ja miten kieli rakentuu tätä käyttöä varten. Ihmiset käyttävät kieltä sosiaalisissa vuorovaikutustilanteissa antamaan asioille merkityksiä, jotta he ymmärtäisivät toisiaan. Voidaan siis sanoa, että kielellä on semanttinen funktio. (Eggins 1994: 2.) Firthin näkemyksen mukaan merkitys käsitteenä on kielellisen teorian kulmakivi. Kielen tutkimus on kielellisen merkityksen tutkimista. (Shore 1992: 19.) SF-kieliopille on myös ominaista, että siinä edetään kieliopin tasolla merkityksestä muotoon, toisin kuin perinteisessä kieliopissa (Halliday 1985a: xiv).

Systeemis-funktionaalisen kielitieteen taustalla on näkemys kielestä sosiaalisena toimintana, ja Halliday (1985: 3–4) itse käyttää teorialähtökohdasta käsitettä *sosio-semioottinen systeemi*. Semiotiikalla hän ei tarkoita perinteistä merkkejä käsittelevää teoriaa, vaan hän näkee sen merkkijärjestelmän tutkimukseksi, kuinka merkeillä rakennetaan merkityksiä. Merkit itsessään eivät kuitenkaan sisällä merkitystä. Merkkien taustalla on toimiva systeemi, joka koostuu merkkien välisistä suhteista. Halliday kuvaa sosiaalisuutta (social) kahdella tavalla. Ensiksi se merkitsee sosiaalista systeemiä, joka merkitsee samaa kuin kulttuuri. Toiseksi hän kirjoittaa, että sosio-semioottisessa lähes-

tymistavassa ollaan tekemisissä kielen ja sosiaalisten rakenteiden välisten suhteiden kanssa. Kieli ei rakennu lauseista, vaan se rakentuu teksteistä tai diskursseista, merkitysten vaihdosta ihmisten vuorovaikutuksessa (Halliday 1978: 2).

*Systeemi* käsitteenä on peräisin Firthiltä, ja se on siis Hallidayn SF-kieliopin nimen osana. Systeemillä kuvataan kielen paradigmaattisia suhteita, jonka vastakohtana voidaan pitää kielen syntagmaattisten suhteiden kuvaamista. Jokaisella kielen tasolla on oma paradigmaattisten suhteiden verkosto, vaihtoehtojen valikoima. Systeemi on vaihtoehtojen joukko, josta voidaan valita mahdollisuudet A, B tai C huomioiden tilanteen olosuhteet. Tilanteen olosuhteet asettavat kielellisen ympäristön, jossa on mahdollisuus valita tietyt vaihtoehdot. (Halliday 1978: 40–41.) Jokaista kielellistä valintaa voidaan verrata siihen, mitä muita mahdollisia valintoja olisi voitu tehdä. Tästä kielellisten valintojen joukosta Halliday käyttää nimitystä *merkityspotentiaali*. Tämä toteutuu kielisysteemin kaikilla tasoilla, jotka ovat *merkitys (semantiikka)*, *leksikko-kielioppi (sanasto ja kielioppi)* ja *tekstuaaliset rakenteet*. (Halliday 1978: 39–40.)

Sanavalintoja ei voi sanoa neutraaleiksi tai sattumanvaraisiksi, vaan ne ovat strategisia valintoja, joilla rakennetaan merkityksiä. Kieliopin systeemin osalta esimerkkinä voi olla lause, joka realisoituu väitteenä, kysymyksenä tai käskynä. Jokainen näistä rakentaa merkitystä eri tavalla. Itse teksti avaa tien systeemin maailmaan, toisin sanoen tekstiä analysoimalla saamme tietoa kielen systeemistä. (Eggins 1994: 22.) Käytännössä kuitenkin tekstin tuottajan aikaisemmat kokemukset, arvo- ja uskomusjärjestelmät sekä sitoutuminen sosiaaliseen yhteisöön rajoittavat mahdollisuuksia tehdä kielellisiä valintoja (Eggins & Martin 1997: 232).

Jo ennen Hallidayta on kehitelty kielen funktioteorioita. Halliday (1978: 46–48) huomauttaa, että funktioteorioissa kielen funktiota pidetään tasavertaisena kielen käytön kanssa. Toisin sanoen funktiolla ja käytöllä tarkoitetaan samaa asiaa. Tästä näkemyksestä Halliday erottuu omassa teoriassaan. Hänen näkemyksen mukaan funktionaalisilla vaihteluilla ei tarkoiteta vain kielenkäytön variaatioita, vaan pikemminkin sitä mikä on rakennettu kielen sisään eli perustaa, kielen järjestäytymistä. Toisin sanoen funktionaa-

lisuutta ei pidä ymmärtää vain kielen käyttönä vaan kielen perimmäisenä ominaisuutena (Halliday 1985b: 17.)

Kielen funktionaalisuuteen pohjautuu SF-kieliopin yksi keskeinen käsite, joka on *monifunktioisuus*. Sillä tarkoitetaan sitä, että yksittäinen lause voi saada merkityksen kolmella eri tasolla. Tasoja kuvataan *metafunktioissa*, ja nämä ovat *ideationaalinen*, *interpersoonainen* ja *tekstuaalinen*. (Halliday ym. 2004: 29–30). Ideationaalinen metafunktio representoi maailmaa. Sen avulla hahmotetaan todellisuutta, jäsennetään, nimetään ja kuvataan maailmaa. Interpersoonaisessa metafunktiossa on kyse vuorovaikutuksesta. Sen avulla pidetään yllä vuorovaikutusta, ilmaistaan mielipiteitä, tunteita ja ajatuksia. Tekstuaalinen metafunktio mahdollistaa asioiden viestimisen ja esittämisen halutulla tavalla, nimenomaan rakenteellisesti. (Luukka 2002: 102–103). Dik (1980: 3) nimittää näitä funktioita semanttisiksi, syntaktisiksi ja pragmaattisiksi. Esimerkiksi lauseessa *Minä juoksen kovasti* sana *'minä'* voi olla toimija sen ideationaalisisessa tai semanttisessa funktiossa. Se voi olla myös subjekti, jos sitä tarkastellaan interpersoonaisessa tai syntaktisessa funktiossa. Se on mahdollista nähdä myös teemana tekstuaalisessa tai pragmaattisessa funktiossa. Huomioitavaa on, että esimerkinmukainen toimija, subjekti tai teema, ei esiinny yksittäin, vaan jokainen esiintyy yhteistyössä toisten saman tason funktioiden kanssa. Jokaisessa kielellisessä valinnassa on nähtävissä samanaikaisesti kaikki kielen kolme eri tasoa, ja ne kaikki rakentavat omaa merkitystään. (Halliday ym. 2004: 60.) Käsittelen metafunktioita tarkemmin luvussa 3.

Tutkimukseni pohjautuu Hallidayn näkemykseen kielestä. Allekirjoitan näkemyksen siitä, että kielellisissä ilmauksissa ilmenee jokaisen metafunktion antama merkitys. Analyysini kohdentuu vuorovaikutuksen tasolle, jonka avulla pyrin löytämään tekstiin rakentuvat viestijäroolit. Tämän jälkeen liikun kielen ideationaalisisella tasolla. Tekstuaalinen metafunktio jää tässä tutkimuksessani rajauksen ulkopuolelle.

## 2.2 Teksti ja diskurssi

Tekstintutkimuksessa kohteena on teksti. Kun ihmiset puhuvat tai kirjoittavat, he tuottavat tekstiä. Teksti on rikas, moniulotteinen ilmiö, joka sisältää merkityksiä monin eri tavoin ja joita voidaan tutkia eri näkökulmista. Kaksi päänäkökantaa on kuitenkin löydettävissä. Ensimmäiseksi tekstiä voidaan pitää kohteena, omana itsenään. Toiseksi tekstiä voidaan pitää välineenä, instrumenttina, löytämään jotakin muuta jostakin asiasta. Jos tekstiä pidetään kohteena, voi tekstin tutkimus paljastaa merkityksiä tekstistä, sen olemassaolosta ja arvostuksesta. Jos keskitytään tekstiin instrumenttina, saadaan tutkimuksen kautta tietoa kielen systeemistä. (Halliday ym. 2004: 3–4.)

Tekstiä voidaan määritellä myös terminä. Halliday (1985b: 10) määrittelee tekstin kieleksi, joka on funktionaalista. Funktionaalisuudella tässä tarkoitetaan kieltä, jolla on jokin tehtävä jossakin kontekstissaan. Teksti, jolla on tehtävä tilannekontekstissaan, on teksti. Näin ollen strategia vuosikertomuksessa on teksti, joten sitä voidaan kutsua strategiatekstiksi. Yhtäläillä sillä on myös oma funktionsa vuosikertomuksessa. Halliday ja Hasan (1976: 1–2) korostavat, että teksti voi olla sekä puhetta että kirjoitettua, sen täytyy olla muodoltaan yhtenäinen ja sidosteinen. Teksti on kielen yksikkö nimenomaan käytössä. Se ei ole kieliopillinen yksikkö, kuten lause tai virke, eikä sitä voida määritellä pituuden perusteella. Teksti realisoituu virkkeissä, mutta se ei muodostu virkkeistä. Teksti voi siten olla tienviitta, kirja, tiedote, vuosikertomus tai strategiateksti. Myös Enkvist (1974: 9) korostaa tekstiä koossa pitävää viittaussuhteiden verkostoa. Tekstin ominaisuuteen kuuluu, että se on rakennettu merkityksistä, sanoin ja rakentein. Tämän pohjalta voidaan sanoa, että teksti on semanttinen yksikkö. (Halliday 1985b: 10.) Voidaan siis tiivistäen sanoa, että on kolme tekijää, joiden täytyy olla läsnä tekstissä, jotta se voi olla teksti. Ensimmäiseksi tekstin tekee geneerinen struktuuri, jossa on kyse tekstin ”muodoista”. Jokainen diskurssi rakentuu geneerisestä struktuurista. Toiseksi tekstuaalinen struktuuri, joka koostuu tekstin temasta ja informaatorakenteesta. Ja kolmanneksi teksti edellyttää edellä mainittua koheesiota. (Halliday 1978: 133–134.)

Heikkisen (1999: 53) mukaan kielellisten valintojen seurauksena syntyy tekstejä, jotka ovat yhteydessä toisiin teksteihin. Joissakin teksteissä on tehty samanlaisia kielellisiä

valintoja tai samoja tarkoituksia on kuvattu eri ilmauksilla. Nämä tekstit yhdessä muodostavat diskurssin, johon kuuluvat kaikki samaa kielenulkoista tarkoitetta käsittelevät tai samaa aihetta sivuavat tekstit. Tähän perustuen *diskurssi* voidaan nähdä avoimena joukkona ja abstraktiona. Tekstit voidaan nähdä rakentuvan diskursseista ja diskurssit ovat teksteissä aktivoituvia merkityksiä. Diskurssi on käsite, jota käyttävät sekä yhteiskuntatieteilijät että lingvistit. Lingvistiikassa diskurssilla viitataan puhuttuun ja kirjoitettuun kieleen. (Fairclough 2002: 75.)

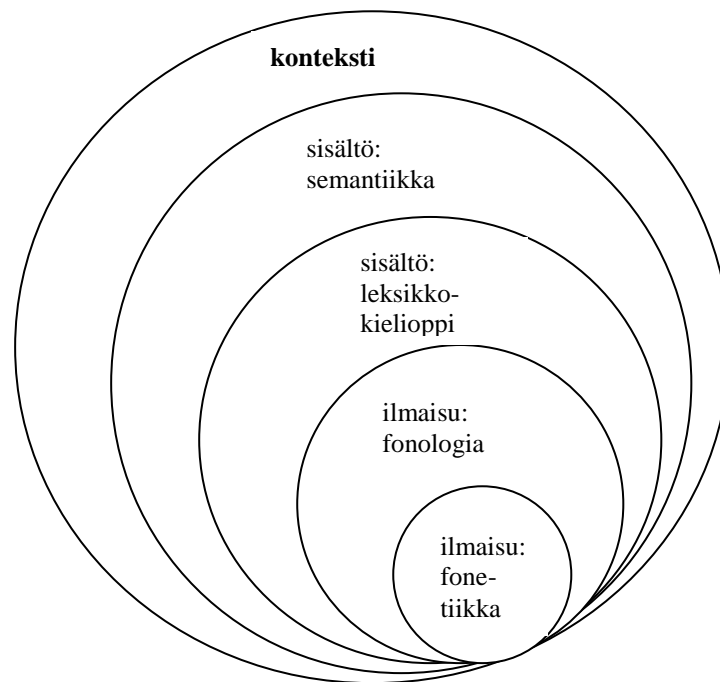
Fairclough (2002: 31) määrittelee diskurssin kielitieteellisen merkityksen sosiaalisesti toiminnaksi ja vuorovaikutukseksi todellisissa tilanteissa. Hän myös määrittelee yhteiskuntateoreettisen merkityksen, jossa diskurssi nähdään todellisuuden sosiaalisena konstruktiona, tiedon muotona. Vuosikertomusten strategiatekstit ovat siis merkityskononaisuuksia. Heikkiseen pohjautuen (1999: 54) olemassa olevat diskurssit ovat muodostaneet ja muokanneet vuosikertomusten strategiatekstit, ja nämä strategiatekstit myös synnyttävät uusien diskurssien aineksia. Tukeudun työssäni siihen, että diskursseja voidaan pitää keskustelunaiheina ja todellisuuden jäsentämisen tapana. Strategiatekstissä aktivoituu esimerkiksi tulevaisuusdiskurssi. Tämän diskurssin alle on mahdollista rakentua vielä uusia diskursseja.

### 2.3 Konteksti

*Konteksti* käsitettä käytetään yleisesti arkipuheessa, ja se on läsnä useilla tieteenaloilla, kuten esimerkiksi yhteiskuntatieteissä ja humanistisissa teorioissa. Kielitieteessä se voidaan ymmärtää ja määritellä usealla eri tavalla: sillä voidaan tarkoittaa konkreettista kielenkäytön ympäristöä, abstraktia taustaa, toisia tekstejä, arvoja, ideologiaa tai yksittäistä kielellistä ilmausta ympäröiviä toisia ilmauksia. (Heikkinen 2000: 119.) SF-kieliopin kontekstikäsite on saanut vaikutteita puolalaisen antropologi Bronislaw Malinowskin näkemyksistä. Hän ei ollut ensisijaisesti kielitieteilijä, mutta hänen tutkimuksistaan on peräisin tilannekontekstin ja kulttuurikontekstin käsitteet. Käsitteiden lähtökohtana on ajatus, että kaikki kielellinen käyttö tulee ymmärtää sen tilannekontekstis-

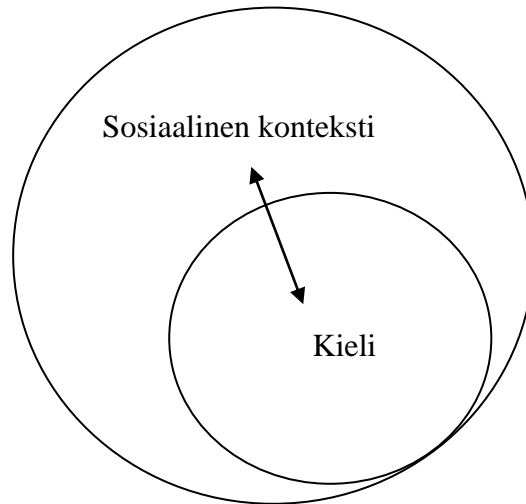
saan. Käsitteet ovat kuitenkin muuttuneet SF-kieliopissa abstraktisemmin tulkittaviksi. (Halliday 1985b: 5–8.)

SF-kielitieteessä kieli rakentuu kerroksittain. Lähtökohtana kielenilmaisulle ovat foneetiikka ja fonologia. Merkityksellinen kieli rakentuu leksikko-kieliopista ja semantiikasta. Kuten aikaisemmin on tullut esille, käytämme kieltä ymmärtääksemme maailmaa ja selviytyäksemme vuorovaikutuksessa ihmisten kanssa. Tämä merkitsee sitä, että kieliopin pitää yhdistyä siihen, mikä on kielen ulkopuolista: maailman tapahtumat ja tilanteet sekä sosiaaliset prosessit. Yhdistyminen tapahtuu semantiikan ja leksikko-kieliopin tasoilla. Maailman kokemukset ja vuorovaikutus muutetaan merkityksiksi semantiikan tasolla. Merkitykset edelleen muutetaan kieliasuun, mistä syntyy leksikko-kieliopin taso. (Halliday ym. 2004: 25.) Nämä tasot on esitetty kuviossa 3.



**Kuvio 3.** Kielen kerroksinen rakentuminen, jota ympäröi konteksti. (Halliday ym. 2004: 25).

Kuvio 3 osoittaa kielen rakentumisen eri tasoista, ja kuinka kerroksinen kielisysteemi on kontekstin ympäröimä. Eggins ja Martin (1997: 235) ja Martin (1997: 4) kuvaavat kielen ja sosiaalisen kontekstin vuorovaikutteista suhdetta kuviolla 4.



**Kuvio 4.** Kielen ja sosiaalisen kontekstin suhde (Eggins ym. 1997: 235).

Kuviossa 4 kieli nähdään perustana, ja konteksti on abstraktimpi sosiosemanttinen rakenteen taso. Kuitenkin niiden välinen suhde on kaksisuuntainen. Heikkinen kirjoittaa kielen ”kaksois-kontekstuaalisuudesta”. Sillä tarkoitetaan sitä, että kielenulkoisen sosiaalisen konteksti vaikuttaa kielen käyttöön, ja toisaalta kielen käyttö luo ja muovaa muuta todellisuutta. (Heikkinen 2000a: 119).

Kontekstin ja tekstin suhde on keskeinen asia systeemis-funktionaalisessa kielitieteessä. Halliday (1985b: 5) kirjoittaa, että konteksti ja teksti ovat saman prosessin eri näkökulmat. On olemassa teksti, jota seuraa toinen teksti: teksti, joka on ”mukana”. Konteksti sisältää ei-verbaaliset tapahtumat ja todellisen ympäristön, joihin teksti ei yllä. Todellisessa elämässä konteksti edeltää aina tekstiä. Emme puhu vain puheen vuoksi, vaan puheellamme on tarkoitus, kuten kirjoituksella ja sitä kautta myös tekstillä. Kielenkäytöllä pyritään aina saavuttamaan jotakin, sillä on aina jokin merkitys. Hallidayn mukaan kieli ymmärretään aina suhteessa sen ympäristöönsä. (Halliday 1999: 1, 5.) Eggins

(1994: 7) on samalla linjalla siitä, että konteksti kirjoittautuu tekstiin. Tekstistä voidaan päätellä, millaisessa kontekstissa se on tuotettu. Vastaavasti voidaan esittää oletuksia, millaisia tekstejä tietynlainen konteksti tuottaa.

Käsitteet *tilanne* ja *kulttuuri* ovat vahvasti läsnä SF-kieliopin teorioissa ja kirjallisuudessa, kun on puhe kontekstista. Käsittelem ensin, kuinka Halliday näkee kielen ja kielenulkaisen suhteen. Tämän jälkeen tuon esille, kuinka konteksti usein nähdään ja rakennetaan rekisteri- ja tekstilajiteoriassa.

Konteksti voidaan nähdä rakentuvan kolmesta osasta. Se on tekstejä ympäröivä *tilannekonteksti*, *kulttuurikonteksti* ja *ideologia*. (Eggins 1994: 7–10.) Eggins ym. (1997: 232) toteavat, että jokainen teksti kantaa vaikutteita siitä kontekstista, jossa teksti on tuotettu. Voidaan sanoa, että konteksti on tekstin sisäinen ääni, joka vaikuttaa tekstin kirjoittajan sana- ja rakennevalintoihin.

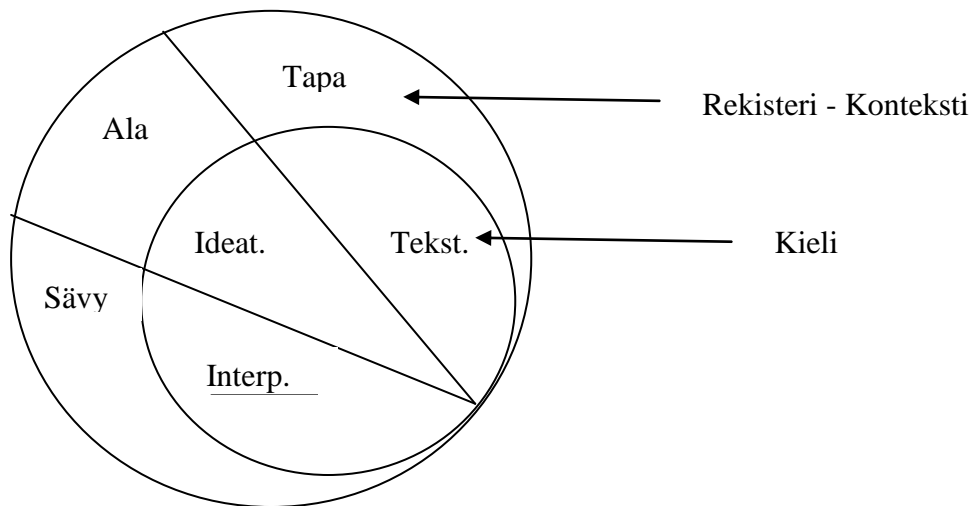
### 2.3.1 Tilannekonteksti ja rekisteri

Tilannekontekstia mallinnetaan *rekisterinä*. Rekisteri on systeemisen-funktionaalisen kieliopin peruskäsite. Rekisteri viittaa siihen, että käytettävä kieli vaihtelee sen mukaan, millainen on käyttötilanne. Kielenkäyttötilanteet voivat poiketa toisistaan. Tilannekohdaisesti voidaan kysyä: Mitä tilanteessa tapahtuu? Ketkä ovat osallistujia? Mikä on kielen rooli? Halliday nimeää nämä *alaksi*, *sävyksi* ja *tavaksi*. Tai vastaavasti tilanteen kannalta oleellisia tekijöitä ovat esimerkiksi viestintäväline, vastaanottava yleisö ja kommunikoinnin tarkoitus. Nämä kolme muuttujaa määrittelevät alueen, jolta merkitykset haetaan, ja kielelliset valinnat, joita käytetään ilmaisemaan merkityksiä. (Halliday 1978: 30–33, 143–145.)

Rekisterit eivät ole erilaisia tapoja sanoa sama asia, vaan ne ovat tapoja sanoa erilaisia asioita. Tähän pohjautuen rekisterit poikkeavat toisistaan sisällöltään. Tietyn rekisterin piirteet esiintyvät yhdessä juuri semanttisista syistä. (Hiidenmaa 2000: 38.) Tilannekonteksti vaikuttaa tekstintuottajan kielellisiin valintoihin ja tekstin piirteisiin. Tilannekonteksti jakaantuu kolmeen ulottuvuuteen, jotka ovat *ala*, *sävy* ja *tapa*. Ne antavat viit-



teitä tekstistä ja sen ominaisuuksista. Siten näistä kolmesta ulottuvuudesta rakentuu rekisterin käsite. Kaikilla metafunktioilla on vastineensa tilannekonteksteissa, mikä on kuvattu kuviossa 5. Kielen merkityksistä ideationaalinen metafunktio vastaa alaa, tekstuaalinen tapaa ja interpersoonainen sävyä. (Egins 1994: 8–9.)



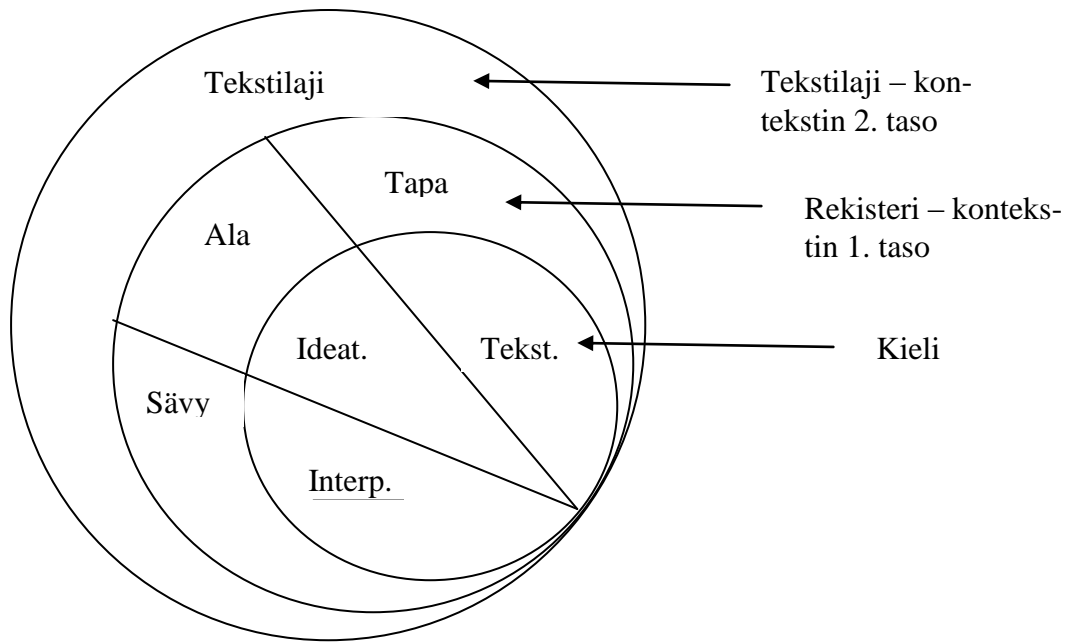
**Kuvio 5.** Kontekstin ja kielen suhde systeemifunktionaalisessa mallissa (Egins ym. 1997: 242).

### 2.3.2 Kulttuurikonteksti ja tekstilaji

Kun puhutaan kielen kontekstista, jakaantuvat kielitieteilijöiden näkemykset asiasta. Hallidayn (1999: 6) mukaan toiset pitävät tilannetta tekstin kontekstina ja toiset vastavasti kulttuuria tekstin kontekstina. *Kulttuurikontekstia* mallinnetaan *tekstilajina*. Halliday itse ei tee eroa rekisterin ja tekstilajin välille. Hänen näkemyksensä mukaan tilanne ja kulttuuri eivät ole erillisiä asioita, vaan niissä on nähtävissä näkökulmaero. Konteksti tietylle tuotetulle tekstille on tilannekonteksti. Aivan kuten osa tekstiä on esimerkki kielestä, niin tilanne on esimerkki kulttuuria. (Halliday 1999: 7.)

Systeemifunktionaalisen kieliopin ympärillä on kehitetty Hallidayn ajatusta eteenpäin. Hallidayn näkökulman mukaan tekstilaji ei ole oma termi, vaan sitä käytetään synonyminä rekisterin kanssa. Tätä mallia kutsutaan rekisterimalliksi. (Heikkinen 1999:

45.) Rekisterimallia on edelleen kehitetty rekisteri- ja tekstilajiteoriaksi, jossa rekisteri saa yläpuolelleen vielä uuden ulottuvuuden, tekstilajin. (Eggins ym. 1997: 236–237, 243) Tämä ilmenee kuvioista 6.



**Kuvio 6.** Kontekstin ja kielen suhde rekisteri- ja tekstilajiteoriassa. (Eggins ym. 1997: 243)

Rekisteri- ja tekstilajiteoriassa otetaan huomioon rekisteri, mutta siinä korostuu kulttuurikonteksti, eli kulttuurilla on oma vaikutuksensa tekstiin (Eggins ym. 1997: 237). Rekisterin ja tekstilajin analysointi täydentävät toisiaan. Tekstilaji on analysoitavissa lähinnä yhteisön toimintaa kuvaavien käsitteiden avulla, kun taas rekisteri on kuvattavissa kieltä ja merkityksiä koskevien käsitteiden avulla. (Heikkinen 2000b: 66.).

Edelliseen pohjautuen rekisteriä ja tekstilajia voidaan pitää samoina asioina tai ne voidaan erottaa toisistaan omiksi merkityksiksi. Martin ja Rose (2002: 8) määrittelevät genren eli tekstilajin siten, että ne ovat tavoitteellisia sosiaalisia prosesseja, eli niillä pyritään johonkin. Eggins näkee asian samalla tavoin. Hän kirjoittaa, että tekstilajit ovat erilaisia tapoja käyttää kieltä sen mukaan, mihin tekstilajilla pyritään. (Eggins 1994:

32.) John Swales (1990) määrittelee tekstilajin sellaiseksi tekstien joukoksi, joilla on yhteisiä viestinnällisiä päämääriä. Vijay Bhatia (1993) näkee tekstilajit kommunikatiivisina tapahtumina, jotka eroavat rakenteellisesti toisistaan. Heikkinen (1999: 59) pitää tutkimuksessaan tekstilajia rekisterin tavoin kriittisen tekstintutkimuksen näkökulmasta lähinnä tutkimuksen kohteena kuin annettuna kategoriana, josta on johdettavissa tekstiin merkityksiä.

Hasan (1989: 63–64) kirjoittaa, että tekstit, jotka rakenteellisesti muistuttavat toisiaan, edustavat samaa tekstilajia. Heikkinen (2000b: 66) korostaa myös, että tekstilaji rakentuu käytännössä jaksoittain. Teksti voidaan jakaa funktionaalisiin ja muodollisiin kriteerein. Funktionaalisiin kriteerein teksti voidaan jakaa osien tehtävien mukaisiin luokkiin, ja muodollisiin kriteerein esimerkiksi lukuihin ja kappaleisiin.

Tässä tutkimuksessa en tutki strategiatekstien rakennetta, mutta herää kysymys, onko vuosikertomuksen strategiateksti tekstilajin, eli tässä tilanteessa vuosikertomuksen, yksi merkityksellinen funktionaalinen jakso. Lähden tutkimuksessani kuitenkin siitä, että tutkimukseni kohteena on strategiateksti ja sen kieli. Strategiatekstillä pyritään johonkin, eli sillä on jokin tarkoitus. Kun puhun tilannekontekstista, tarkoitan sillä vuosikertomusta, joka on suunnattu yhtiöltä tärkeille sidosryhmille. Näin ollen tässä tilannekontekstissa strategiateksti saa tietyt kielelliset piirteet, joita kutsun rekisteripiirteiksi. Jos tekstilaji nähdään rakentuvan tietyin muodoin ja tietyin rakentein, en tässä tutkimuksessa tavoita sitä, eikä se ole tämän tutkimuksen tavoitteena. Mielestäni se vaatii laajemman tutkimuksen, joten puhun tutkimuksessani rekisteripiirteistä, jotka kuitenkin Hallidayn tapaan näen osaltaan myös tekstilajipiirteiksi.

Systemis-funktionaalisisessa kielitieteessä *ideologia* nähdään kontekstia vielä ylempänä tasona. Mikä tahansa rekisteri tai tekstilaji on kyseessä, tekstintuottajan kielessä on aina ideologisia vaikutteita. Nämä ideologiset asenteet näkyvät joko suorasti tai epäsuorasti, eikä kirjoittaja itsekään ole aina tietoinen asenteidensa näkyvyydestä. (Eggins 1994: 10.) Omassa tutkimuksessani pyrin tekemään tekstintutkimusta kriittisesti, en niinkään kriittistä tekstintutkimusta. Tiedostan ideologian läsnäolon kielellisissä valinnoissa,

mutta tässä tutkimuksessani tarkoitukseni ei ole pyrkiä paljastamaan suoranaisesti kieleen rakentuvia ideologioita.

### 3 METAFUNKTIOT

Käsittelen seuraavissa luvuissa SF-kieliopin metafunktiot. Analyysini kohdentuu kielen ideationaaliselle ja interpersoonaiselle tasolle, joten käsittelen niitä yksityiskohtaisemmin kuin tekstuaalista metafunktiota. On myös muistettava, että SF-kielioppi pohjautuu englannin kieleen, joten sitä ei kaikilta osin ole sovellettavissa suomenkielisiin teksteihin. En pyri tässä täydellisesti tuomaan esille kaikkia sen kieliopillisia seikkoja, koska analyysini kannalta se ei ole tarkoituksenmukaista.

#### 3.1 Ideationaalinen metafunktio

*Ideationaalinen metafunktio* kuvaa ja tulkitsee kokemustamme maailmasta ja todellisuudesta sekä näihin liittyvistä osanottajista ja olosuhteista. Ideationaaliset merkitykset tarkoittavat tekstin sisältöä. Kieli antaa tällä tasolla mahdollisuuden jäsentää, nimetä, kuvata ja luokitella maailmaa sillä tavalla, miten tekstintuottaja asian haluaa ilmaista. (Heikkinen 2000a: 132.)

Ideationaalisen todellisuuden analyysi toteutuu transitiivisuussysteemin mukaan. Tämä tarkoittaa sitä, että kielen analyysi tapahtuu käytännössä lausetasolla, missä tarkastellaan tekstin lauseiden *prosesseja*, prosessien *osallistujia* ja *olosuhteita*. (Halliday 1985a: 101.) Lauseen prosessi ilmenee pääsääntöisesti *predikaattiverbistä*, osallistujat ovat yleensä *substantiiveja* ja olosuhteet todentuvat *lausekkein* (Eggins 1994: 229, Hakulinen, Vilkuna, Korhonen, Koivisto, Heinonen & Alho 2004: 428.) Huomioitavaa on, että lauseen prosessit voidaan ilmaista myös inkongruentisti eli ei predikaattiverbeillä. Prosessi voi yhtäläillä olla nähtävissä nominaalimuodoissa. (Stillar 1998: 25.) Tämän otan huomioon analyysissäni.

Halliday ja Matthiessen (2004: 172) jakavat prosessit kolmeen luokkaan, jotka ovat *materiaalinen*, *mentaalin* ja *relaationaalinen*. Pääluokkien lisäksi on olemassa vielä *käytännön prosessit*, *verbaaliset prosessit* ja *eksistentiaaliset prosessit*. Materiaalinen prosessi kuvaa, konstruoi jonkinlaista tapahtumaa, toimintaa tai muutosta. Siinä tekijä

kokonaisvaltaisesti tekee, suorittaa tai hoitaa jotakin asiaa. Tämä prosessi ei siis liity mitenkään tunnemaailmaan, vaan se on niin sanotusti pään ulkopuolista tekemistä. Materiaalista prosessia kuvastavia verbejä ovat esimerkiksi *asua*, *kaivaa* ja *pyöräillä*. Materiaalisten prosessien osallistajat ovat yleensä *toimija* ja *kohde*. (Shore 1996: 249, 253.)

Mentaalinen prosessi ilmaisee ihmisen ajatus- tai tunnemaailmaa, jotakin, joka tapahtuu ihmisen pään sisällä. Tällaisia verbejä ovat esimerkiksi *rakastaa*, *vihata*, *uskoa* ja *muitella*. (Shore 1996: 254) Mentaalisissa prosesseissa osallistuja on *aistija* ja kohteena on jokin *aistittava*.

*Eksistentiaaliset prosessit* ilmaisevat suomen kielessä, että jossain on jotakin, olemassa tai jossain tapahtuu jotakin. Eksistentiaalilauseen kohdetta voidaan kuvata *olemassa olevana*. *Käyttäytymisen prosessit* ovat verbejä, jotka kuuluvat mentaalisen ja materiaallisen välimaastoon. Ne kuvaavat usein fysiologista toimintaa tai tapahtumaa. Tällaisia verbejä ovat esimerkiksi *kuunnella*, *nukkua* ja *juoda*. Pääsääntöisesti käyttäytymisen prosessissa on vain yksi osallistuja, itse *käyttäytyjä*. *Verbaaliset prosessit* kuvaavat nimensä mukaisesti suullista toimintaa, kuten verbit *kertoa*, *laulaa* ja *huutaa*. Verbaalisten prosessien osallistajat ovat *sanoja* ja *vastaanottaja*. Tähän prosessiin kuuluu kolmas osallistuja, joka on itse verbaalisen prosessin *lausunto*. (Eggins 1994: 249–251, 254–255; Halliday ym. 2004: 172.)

*Relationaaliset prosessit* nimensä mukaisesti realisoivat suhteita, siksi niitä voidaan nimittää myös suhdelauseiksi. Halliday ym. (2004: 215) erottelevat englannin kielestä kolme erityyppistä relationaalista prosessia. Nämä ovat samuuslauseet, omistuslauseet ja olosuhdelauseet. Samuuslauseen rakenne voidaan kuvata *x is a*, omistuslauseen rakenne *x has a* ja olosuhdelauseen rakenne *x is at a*. Lisäksi näillä kaikilla lauseilla on olemassa kaksi alalajia, jotka ovat attribuuttinen ja identifioiva. Attribuuttisen lauseen rakenne voidaan kuvata *a is an attribute of x* ja identifioiva lauseen rakenne *a is the identity of x*. Shoren (1992: 214) mukaan suomen kielen relationaaliset prosessit ovat joko intensiivisiä tai olosuhdelauseita. Niille on ominaista kopulaverbin *olla* käyttö. Heikkinen (1999: 112) käyttää intensiivilauseista nimitystä samuuslause, jota myös itsekin käytän analyysissäni.

Suomen kielen samuuslauseet voidaan jakaa identifioiviin ja attributiivisiin prosesseihin. Samuuslauseille on ominaista, että ne realisoivat kahden asian välistä samankaltaisuutta tai kaltaisuutta. (Shore 1996: 244.) Shoren (1992: 215–216) mukaan suomen kielen yleisin samuuslausetyyppi on attributiivinen, jonka yksinkertainen muoto voidaan esittää: Carrier + Prosessi + Attribuutti. *Olla*-verbin yhteydessä laadullisena attribuuttina toimii adjektiivi, lauseke tai substantiivi (NP). Kuten esimerkkilauseessa *Tyttö on erittäin kaunis*. Identifioiva lause asettaa suhteen kahden substantiivin välille siten, että toinen identifioi toista, esimerkiksi *Tom Hanks on näyttelijä*. (Shore 1996: 245.) Hakulinen ja Karlsson (1995: 94) nimeävät nämä lauseet suomen kielen lauseopin mukaisesti predikatiivilauseiksi, jotka ovat ekvatiivilause ja luonnehtiva tyyppi.

Käytännössä samuuslauseiden sanajärjestystä voidaan vaihtaa, mutta sanajärjestysten vaihtamisella on vaikutusta tekstin tekstuaaliseen rakentumiseen ja informaatorakenteeseen (Shore 1992: 218). Halliday ym. (2004: 227) tuovat esille identifioivien lauseiden kohdalla käsitteet identifioitu (identified) ja identifioija (identifier). Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että yhtä olemusta identifioidaan toisella. Lauseessa *Tom Hanks on näyttelijä* identifioitu on *Tom Hanks* ja identifioija on *näyttelijä*. Lauseen sanajärjestystä muuttamalla sen merkitys muuttuu. Samuuslauseiden alaryhmiksi voidaan luokitella vielä kolme eri alaryhmää. Nämä ovat aistilauseet, temporaalilauseet ja tuloslauseet. Tässä yhteydessä en syvenny niihin tarkemmin.

Olosuhdelauseissa jokin on asetettu tai sijoitettu jonnekin. Tällä voidaan tarkoittaa konkreettisesti sijoittumista paikkaan tai aikaan, mutta myös abstraktisempaa sijoittumista. Esimerkiksi ihminen voi olla sijoitettuna toimintaan tai institutionaaliseen tilaan, kuten avioliitto. Lausetasolla tämä tarkoittaa, että yksi NP on lokatiivisessa asemassa tai lauseessa käytetään prepositionallista tai postpositionallista ilmausta. Koska kyseessä on relationaalinen lause, käytetään verbinä *olla*. Esimerkiksi *Anna on Helsingissä* tai *Anna on naimisissa*. (Shore 1996: 247.)

Jos olosuhdelause asettaa suhteen, jossa jokin on asemoitunut jonnekin, ei sen määrittäminen aina ole ongelmaton. Raja *olla* verbin ja intransitiivisen materiaalisien pro-

sessin välillä ei ole aina selvä. Esimerkkinä Shore antaa lauseet *Helsinki sijaitsee Vantaanjoen rannalla* ja *Anna seisoi kadulla*. Tästä ovat eri tutkijat käyttäneet eri luokittelutapoja. (Shore 1996: 248.)

Prosessien olosuhteet voidaan jaotella monin tavoin. Yksi olosuhde on *ajan olosuhde*, joka vastaa kysymykseen milloin. *Paikan olosuhteet* vastaavat kysymykseen missä, ja *tavan olosuhteet* vastaavat kysymykseen miten. Lisäksi voidaan jaotella vielä syyn, seuralaisen, roolin, aiheen ja mitan/määrän olosuhteet. (Eggins 1994: 238.) Edellä mainitut olosuhteet realisoituvat suomen kielessä muun muassa adverbilausekkein, adpositio- ja substantiivilausekkein (Hakulinen ym. 2004: 428).

Analyysissäni otan huomioon prosessien luokittelun edellä mainitulla tavalla. On huomioitava myös se, että prosessit eivät aina selkeästi ole jotakin tiettyä prosessia, vaan niissä voi olla vaikutteita useasta prosessista, ja niiden rajat ovat häilyviä.

### 3.2 Interpersoonainen metafunktio

Interpersoonaista metafunktiota voidaan kuvata monin eri sanoin. Interpersoonaisen metafunktion avulla teksti tulkitsee ja kuvaa vuorovaikutussuhteita ja sosiaalisia suhteita. Käytännössä kielen avulla ilmaistaan asenteita, odotuksia, vaatimuksia ja rooleja kommunikaatiotilanteessa. (Eggins 1994: 12–13.) Eggins ym. (1997: 233) toteavat tekstin kertovan kirjoittajan asenteesta asiaan ja kirjoittajan roolista suhteessa lukijoihin. Näitä he kuvaavat tekstin interpersoonaisiksi merkityksiksi. Halliday (1985b: 20) korostaa, että lause ei ole ainoastaan todellisuuden kuvausta, vaan se on myös osa vuorovaikutusta kirjoittajan ja vastaanottajan välillä. Interpersoonaista merkitystä voidaan kuvata siten myös terminä *kieli toimintana*. Karvosen (1995: 22) mukaan sanavalintojen, lauserakenteiden ja tekstin retoristen järjestelyiden avulla kirjoittaja luo sen toiminnan, joka tekstissä on tekeillä, ja asettaa itsensä ja lukijansa tähän toimintaan. Heikkinen (1999: 215) toteaa, että kaikkiin kielellisiin muotoihin kirjoittuu käsityksiä sekä tekstin kirjoittajasta että vastaanottajasta.



Halliday ym. (2004: 108) aloittavat vuorovaikutuksen tutkimisen lauseiden perusmerkityksestä. He jakavat lauseiden perusmerkitykset vuorovaikutustilanteessa *antamiseen* (giving) ja *vaatimiseen* (demanding). Samalla tilanteessa valitaan *hyödyke*, jota vaihdetaan. Se voi olla informaatiota tai esineitä ja palveluja. Näistä muodostuvat neljä ensisijaista *puhe-funktiota*, jotka ovat tarjous, käsky, väittäminen ja kysymys. Nämä puhefunktiot ovat vahvasti kytköksissä lauseen polaarisuuteen ja modaalisuuteen, joita interpersoonaisessa metafunktiossa tarkastellaan.

Halliday ym. (2004: 143) tarkoittavat polaarisuudella lauseen vastakkaisia ääripäitä, myönteisyyttä ja kielteisyyttä. Myönteisellä lauseella harvemmin on muodollista merkikää, kuten kielteisellä lauseella on kieltosana. Myönteisen ja kielteisen valinnan väliin jää paljon muita mahdollisia valintoja, jotka eivät ole täysin kielteisiä, mutta eivät myöskään myönteisiä. Näitä polaarisuuden väliin jääviä kielellisiä valintoja kutsutaan yhteisellä nimellä *modaalisuus*.

Suomen kielessä modaalisisilla kielenaineiksilla puhuja tai kirjoittaja ilmaisee, onko asiointi hänen mielestään varma, välttämätön, todennäköinen, mahdollinen, epävarma tai mahdoton, pakollinen tai luvallinen, toivottava tai epätoivottava, ulkoisista tai sisäisistä edellytyksistä riippuvainen. Modaalisuus voidaan ilmaista monilla kielen aineksilla, kuten modaaliverbeillä, modaalisisilla adverbeillä, partikkeleilla, adjektiiveilla ja moduksilla. (Hakulinen ym. 2004: 1479, 1480.) Halliday ym. (2004: 147, 618) jakavat modaalisuuden kahteen eri tyyppiin. Käsitteellä *modalisaatio* he tarkoittavat jonkin asian todennäköisyyttä ja yleisyyttä. Toisena käsitteenä on *modulaatio*, joka sisältää velvollisuuden ja halun vaihtelun. Hakulinen ym. (2004: 1480–1483) jakavat modaalisuuden eri lajeihin. Modaalisuus voi olla *deonttista* eli ulkopuolelta saatua lupaa tai mahdollisuutta. Se voi olla *dynaamista*, joka tarkoittaa fyysistä mahdollisuutta, kykyä, välttämättömyyttä tai pakkoa. *Episteeminen modaalisuus* liittyy puhujan uskoon, tietoon tai päätelmiin asian todennäköisyydestä. Neljänneksi modaalisuuden lajiksi nimetään *praktinen välttämättömyys*. Halliday ym. (2004: 147, 618–619) jaottelussa *modalisaatio* viittaa episteemiseen modaalisuuteen, ja *modulaatio* viittaa deonttiseen modaalisuuteen. He eivät kuitenkaan keskity modaalisuuden lajeihin, vaan korostavat, että myönteisen tai kielteisen väitteen väliin jäävät modalisaation ja modulaation kielelliset valinnat.

Yksi asenteita ilmaiseva työkalu vuorovaikutustilanteessa on *kieliopillinen metafora*. Sitä on olemassa kaksi muotoa, *ideationaalinen* ja *interpersoonainen* metafora. Ideationaalisessa metaforassa on kyse siitä, että tekstissä ei käytetä kielen ainesten kongruenttia muotoa, vaan inkongruenttia eli metaforista ilmausta. Esimerkiksi metaforamuodossa toimintaa ilmaistaan substantiivilla eikä verbillä. Tässä on kyse nominaalistuksesta. (Karvonen 1991: 151; Halliday ym. 2004: 637.)

Interpersoonaisen metaforan avulla kirjoittaja ilmaisee asenteitaan ja suhtautumistaan tietoon tai vastaanottajaan muilla tavoin kuin moduksilla, modaalisilla muodoilla tai persoonamuodoilla. Esimerkiksi adjektiiviattribuutit toimivat implisiittisesti kirjoittajan asenteiden tai mielipiteiden esittäjinä. Esimerkiksi lauseessa *tunnetuimpia lajeja ovat mahonki ja eebenpuu* adjektiiviattribuutti *tunnetuimpia* ei ole lajin ominaisuus vaan kirjoittajan käsitys asiasta. Interpersoonaisesta metaforasta ei ole kyse silloin, kun adjektiivi kuvaa ilmiön ominaisuutta, esimerkiksi *punainen*, *värikäs* tai *nelijalkainen*, vaan nämä ovat adjektiiveja, jotka kuka tahansa asian tarkastelija voi havaita. (Karvonen 1991: 162–163.)

Kriittisessä tekstintutkimuksessa ei tarkoituksena ole selvittää tekstin todellista kirjoittajaa tai todellista lukijaa, vaan kyse on tekstiin kirjoittuvista viestijän ja vastaanottajan rooleista. Kirjoittaja kuvaa todellisuutta, toiseksi hän määrittelee oman suhteensa kerrottavaan asiaan ja kolmanneksi hän käyttää kieltä tavoitteidensa toteuttamiseen. Teksti myös rakentuu eri tavoin sen mukaan, mikä rooli kirjoittajalla on. Roolina voi olla esimerkiksi tietäjä, opastaja, kyselijä tai anoja. (Karvonen 1995: 22, 25, 46.) Karvonen (1995: 29) on väitöskirjassaan tutkinut oppikirjateksteihin kirjoittuvia lukijan ja kirjoittajan rooleja ja näiden keskinäisiä suhteita. Heikkinen (1999: 215) on väitöskirjassaan tutkinut sanomalehtien pääkirjoituksiin kirjoittuvia viestijöiden rooleja, joita hän kuvaa interpersoonaisiksi rooleiksi. Analyysissäni en pyri löytämään strategiatekstin todellista kirjoittajaa, vaan pyrin löytämään tekstiin kirjoittuvien viestijärooleja.

Koska analyysini ei tässä tutkimuksessa kohdennu kielen tekstuaaliselle tasolle, mainitsen tässä yhteydessä lyhyesti sen tarkoituksen. Tekstuaalinen metafunktio rakentaa teks-

tiä kokonaisuudeksi, ja se mahdollistaa kahden edellisen metafunktion toiminnan. Tekstissä tekstuaalista merkitystä ilmentää *temaattinen rakenne*, *informaattiorakenne* ja *koheesio*. (Heikkinen 2000a: 126, 138.)

Temaattisella rakenteella tarkoitetaan sitä, että lause koostuu *teemasta* ja *reemasta*. Teema on lauseen alku, joka yleensä on ennen predikaattiverbiä. Reema on se, mitä teemasta sanotaan. Informaattiorakenne puolestaan tutkii sitä, mikä tekstissä on tuttua tietoa, ja mikä on uutta tietoa. Nämä molemmat konkretisoituvat tekstissä esimerkiksi siten, että kirjoittajalla on jokin oletus lukijasta ja hänen tiedoistaan, ja tekstintuottaja pitää selvänä tiettyjä asioita, joita ei tarvitse selvittää. ( Heikkinen 2000a: 138.)

Koheesiolla tarkoitetaan tekstin rakenteellisia sidoskeinoja, jotka rakentavat tekstin kokonaiseksi. Suomen kielessä koheesiokeinoja ovat erilaiset kytkennät, joita ovat konjunktiot ja konnektiivit. Muita koheesiokeinoja ovat pronominaaliset viittaussuhteet, vertailu, substituutio, ellipsi ja leksikaalinen koheesio. (Pääkkönen & Varis 2000: 19–21.)

#### 4 STRATEGIATEKSTIN TULEVAISUUSDISKURSSIN VIESTIJÄT

Strategiatekstistä nousee esille kolme erilaista diskurssia, jotka olen nimennyt menneen ajan diskurssiksi, tämän hetken diskurssiksi ja tulevaisuusdiskurssiksi. Tämän jaon olen tehnyt tekstissä esiintyvien predikaattiverbien tempusten mukaisesti. Aineistossani esiintyy yhteensä 365 predikaattiverbiä, joista 44 on imperfektissä, 16 on perfektissä ja 305 on preesensissä. Imperfektin ja perfektin olen osoittanut menneen ajan diskurssiin. Preesensin olen jakanut kielellisiä valintoja tulkiten tämän hetken puheeseen ja tulevaisuuspuheeseen. Tähän perustuen tämän hetken diskurssi sisältää 127 predikaattiverbiä ja tulevaisuusdiskurssi 178 predikaattiverbiä. Selvästi eniten predikaattiverbejä sisältää tulevaisuusdiskurssi. Strategia liitetään liike-elämässä vahvasti tulevaisuuteen, joten oleellista on mielestäni puhe tulevaisuudesta. Siksi kohdistan tutkimukseni analyysin tulevaisuusdiskurssiin. Aloitan lähestymisen tähän diskurssiin kielen interpersoonaiselta tasolta. Pyrin selvittämään seuraavissa alaluvuissa, millaisia viestijärooleja strategiatekstiin kirjoittuu.

##### 4.1 Kertoja, tietäjä ja suunnittelija

Ominaista ja nimensä mukaista on, että tulevaisuusdiskurssin predikaattiverbit viittaavat tulevaisuuteen kielen eri keinoin. Hakulisen ym. (2004: 1468) mukaan futuurilla tarkoitetaan puhehetken kannalta tulevan tilanteen aikaa. Puhehetken kannalta tuleva tarkoittaa sitä, että tilanteen tapahtuma-aika on myöhempi kuin puhehetki. Suomen kielellä futuurin voi ilmaista preesensmuotoisella ilmauksella tai verbiliitoilla. Aineistoissani esiintyvät futuuriset merkitykset ilmaistaan preesensillä (178) ja verbiliitolla *tulla*-verbi + MA-infinitiivi (5). Esimerkeissä (1)–(3) predikaattiverbillä on futuurinen merkitys.

- (1) Talentum *turvaa kasvun* laajentamalla Pohjoismaissa ja muilla valituilla markkina-alueilla. (T)
- (2) Tämä *tulee parantamaan* Altian kilpailuasemaa koko kotimarkkina-alueella eli Pohjoismaissa ja Baltiassa. (AL)
- (3) – – Pöyryllä *on* ainoana globaalina palveluntarjoajana *jatkossakin* vahva asema markkinoilla. (P)

Verbiliiton futuurinen merkitys on selvästi tunnistettavissa, kuten esimerkissä (2), mutta preesensin futuurinen merkitys ei aina ole selvä. Hakulisen ym. (2004: 1468–1469) mukaan preesensmuotoinen futuuri voidaan tunnistaa tulevaan ajankohtaan viittaavalla adverbiaalilla, objektin sijamuodosta tai lause voi olla täysin aikamääritteetön. Esimerkissä (3) futuurisen aspektin antaa adverbiaali *jatkossa*, ja se saa vahvistusta lisäksi liitpartikkelista *-kin*, joka antaa merkityksen nyt ja myös tulevaisuudessa. Aineistossani erityisesti aikamääritteettömän preesensmuodon voisi toisinaan tulkita nykyhetkeen tai tulevaisuuteen viittaavaksi. Merkitys on kuitenkin tulkittavissa kielellisestä aineksesta, kuten esimerkissä (1), jossa nominaalimuoto *laajentumalla* luo viittauksen tulevaisuuteen.

Preesens ja sen kautta futuurinen näkökulma voidaan nimetä strategiatekstin yhdeksi rekisteripiirteeksi. Strategialle on siten ominaista puhe tulevaisuudesta. Samaan tulokseen ovat päätyneet myös Pälli ym. (2009: 308). *Tempusta* analysoitaessa sen merkitys vaikuttaa erityisesti interpersoonaisen metafunktion tasolla. Futuurinen merkitys rakentaa tilannekontekstin yhtä osaa, sävyä. Millainen viestijän rooli strategiatekstin tulevaisuusdiskurssiin kirjoittautuu? Tekstiin rakentuu tulevaisuuden tietäjän ja kertojan interpersoonaiset roolit. Tietäjä tietää, mitä yhtiössä lähiaikoina ja tulevaisuudessa tehdään ja miksi näin tehdään. Kertoja kertoo sen vastaanottajalle. Näiden tietojen kautta futuurinen preesens luo myös suunnittelijan ääntä tekstiin. Äänessä eivät ole esimerkiksi työntekijät. Lukijaksi kirjoittautuu henkilö, joka haluaa tietoa yhtiön tulevaisuuden suunnitelmista ja tavoitteista. Se voi olla osakkeenomistaja, sijoitusta harkitseva, työnhakija, työntekijä tai kilpaileva yhtiö.

#### 4.2 Varma ja velvoittava viestijä

Kertojan, tietäjän ja suunnittelijan viestijäroolia tulevaisuusdiskurssissa vahvistaa predikaattiverbien modus, joka on *indikatiivi*. Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssissa ei esiinny muita moduksia: *konditionaalialia*, *imperatiivia* tai *potentiaalia*. Indikatiivista ovat esimerkit (4)–(6).

- (4) Aktiivisella tuotteiden sisäänlisensointitoiminnalla Orion *hankkii* uusia tuotteita Erityistuotteet-liiketoimintaan sekä pohjoismaisille markkinoille että Keski- ja Itä-Eurooppaan. (O)
- (5) Kypsillä teollisuusmaiden markkinoilla Metsäteollisuusliiketoimintaryhmän kasvupotentiaali *muodostuu* lähinnä uusista liiketoiminta-alueista... (P)
- (6) Asiakkuuksien hallintaan *kiinnitetään* entistä enemmän *huomiota*, ja asiakaskohtaisia ratkaisuja *etsitään* jatkuvasti. (V)

Esimerkkien (4)–(6) indikatiiviset predikaattiverbit ovat *hankkii*, *muodostuu*, *kiinnitetään huomiota* ja *etsitään*. Indikatiivisen lausetyypin tehtävänä on ensisijaisesti kuvata asiointiloja eli tekoja, tapahtumia ja tiloja. Indikatiivin avulla ilmaistaan myös episteesmistä varmuutta tai velvollisuutta. (Hakulinen ym. 2004: 845, 1483, 1510.) Tulkitsen tulevaisuusdiskurssin indikatiivin episteesmiseksi modaalisuudeksi, jonka avulla viestijä tuo esille varmaa tietoa. Esimerkin (5) voisi ilmaista myös potentiaalia käyttämällä *muodostunee*, mutta silloin asia ei olisi niin varma kuin, jos käytetään indikatiivia. Indikatiivi rakentaa vahvasti tekstiin tulevaisuuden tietäjän, kertojan ja suunnittelijan viestijäroolia. Esimerkeissä (4) ja (6) indikatiivi on hyvin velvoittava. Asia todetaan olevan näin, ja näin myös tehdään. Lukijaksi voidaan tulkita varmuuden osalta vahvistusta haluava osakkeenomistaja tai sijoitusta harkitseva. Velvoittavuus voidaan nähdä kohdistuvan myös yhtiön työntekijöihin. Viestijärooleja voidaan siten määritellä sanoilla varma ja velvoittava. Indikatiivi on tulevaisuusdiskurssin rekisterin yksi rekisteripiirre.

Tulevaisuusdiskurssissa esiintyy modaaliverbi *voida* viisi kertaa. Muita modaaliverbejä diskurssissa ei esiinny. *Voida* verbin käytöstä ovat esimerkit (7) ja (8).

- (7) Jatkossa taajuusmuuttajia *voidaan* muokata alueellisissa tuotekehitysyksiköissä paremmin paikallisiin vaatimuksiin sopiviksi. (V)
- (8) Seuraamme tarkasti markkinoiden ja kysynnän kehitystä, jotta *voimme* nopeasti vastata liiketoimintaympäristössä tapahtuviin muutoksiin. (RAM)

Edellä olevissa esimerkeissä finiittiverbinä on *voidaan* ja *voimme*. Verbi *voida* on merkitykseltään spesifioimaton modaalisuuden suhteen. (Hakulinen ym. 2004: 1492) Esimerkeissä (7) ja (8) verbin *voida* merkitys tuo esille toimijan eli yhtiön fyysisten ja sisäisten mahdollisuuden ulottuvuuden. Kyseessä on dynaaminen modaalisuus, joka on

vahvemmin hahmotettavissa tekstikokonaisuudesta. (Hakulinen ym. 2004: 1494.) Modaalinen ilmaus ei tässä diskurssissa vähennä tietäjän viestijäroolia, vaan enemmänkin se vahvistaa sitä. Tietäjä tuntee ja tietää yhtiön sisäiset ja fyysiset mahdollisuudet. Kun modaaliverbi esiintyy tulevaisuusdiskurssissa, on sen merkitys dynaaminen. Sitä voidaan pitää yhtenä rekisteripiirteenä.

#### 4.3 Positiiviset viestijät

Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssin lauseista kaikki ovat myöntölauseita, lukuun ottamatta kahta. Seuraavat esimerkit ovat myöntölauseita.

- (9) Aktiivisella tuotteiden sisäänlisensointitoiminnalla Orion hankkii uusia tuotteita Erityistuotteet-liiketoimintaan sekä pohjoismaisille markkinoille että Keski- ja Itä-Eurooppaan. (O)
- (10) Menestyminen edellyttää jatkossakin tiedon, osaamisen ja asiantuntijoiden ohjaamista kohti yhteistä päämäärää ja yhä laajempien ja monimutkaisempien kokonaisuuksien hallintaa. (P)

Esimerkit (9) ja (10) ovat myöntölauseita. Vuosikertomuksen strategiatekstissä yhtiöllä on mahdollisuus tuoda esiin ajatuksiaan. Yhtiö voisi listata varmasti enemmän kuin vuosikertomuksen strategiatekstin verran ajatuksiaan liittyen yhtiön toimintaan, strategiaan. Tekstiin valikoituu kuitenkin mahdollisuuksien joukosta vain osa. Ne kirjoitetaan myöntömuotoon lähes poikkeuksetta. Mielenkiintoista on myös se, että asiat ovat yhtiön toiminnan kannalta positiivisia. Tulevaisuusdiskurssissa ei esiinny yhtään jollakin tavalla negatiivista ilmausta myöntölauseissa. Myöntölauseissa ei kerrota esimerkiksi, että *Yhtiö sulkee kaksi tehdasta Suomessa*, vaikka se asiana olisikin strategisella listalla.

Esimerkit (11) ja (12) ovat tulevaisuusdiskurssissa esiintyvät kieltolauseet.

- (11) Suurin osa kasvusta on orgaanista kasvua, mutta Vacon *ei* myöskään *sulje pois jatkoa* yritysostolle. (V)
- (12) ...mutta tavoitteena olevaa viiden prosentin liikevoittotasoa *ei* kuitenkaan *arvioida saavutettavan*, sillä markkinointipanostuksia lisätään ja uutuustuotelanseerauksia sekä uusille markkina-alueille etenemistä valmistellaan. (R)

Esimerkin (11) *Vacon ei sulje pois jatkoa yritysostolle* on kieliopillisesti kieltolause, mutta sen merkitys on kuitenkin positiivinen. Yhtiö voi, jos hyvä mahdollisuus tulee, tavoitella yritysostoa, jolloin sen tavoitteena on kasvu. Esimerkissä (12) arvioidaan, että tavoitetta ei saavuteta, mutta heti perässä kerrotaan syy. Syynä on lisääntyvä markkinointi, uudet tuotteet ja uudet markkina-alueet. Rahaa on siis sijoitettu toisaalle, minkä on tarkoitus tulevaisuudessa tuottaa rahaa.

Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssissa luodaan myöntölauseiden avulla positiivista kuvaa tulevaisuudesta. Tämä rakentaa positiivisten asioiden viestijää – kertojaa, tietäjää ja suunnittelijaa – tulevaisuusdiskurssiin. Puolestaan vastaanottajaksi kirjoittautuu lukija, jolle halutaan antaa hyvä kuva yhtiön tulevaisuudesta tai ainakin näennäinen. Vuosikertomusten strategiatekstin tulevaisuusdiskurssin yhdeksi rekisteripiirteeksi voidaan nimetä myöntölauseet.

Tässä luvussa tarkastelin, millaiset viestijäroolit strategiatekstiin kirjoittuu. Liikuin kielinterpersoonaisella tasolla. Seuraavissa luvuissa pyrin löytämään vastauksen, millaisia maailmoja strategiatekstiin rakentuu.



## 5 KEHITYKSEN MAAILMA

Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssille on ominaista, että siinä puhutaan kehityksestä ja kehittymisestä. Tämän pohjalta olen nimennyt luvun Kehityksen maailmaksi. Tässä luvussa tarkastelen, kuinka kehitys kielellisesti kirjoittautuu strategiatekstiin, ketkä tai mitkä ovat kehityksen tekijöitä eli toimijoita ja mitkä kohteita. Liikun kielen ideationaalisisella tasolla. Kehityksen maailmalle on ominaista, että se rakentuu huomattavasti vahvemmin *nominaalimuodoista* kuin *finiittiverbeistä*. Materiaalinen prosessi *kehittää* esiintyy finiittiverbinä kuusi kertaa ja nominaalimuotoina 20 kertaa.

### 5.1 Kehittää tekona

Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssia rakentaa materiaalinen prosessi *kehittää* finiittiverbinä. Näistä ovat esimerkit (13)–(15).

- (13)      Konsernissa *kehitetään* jatkuvasti uusia ja kattavia palvelukonsepteja. (L)
- (14)      Tuotteita ja palveluita *kehitetään* jatkuvasti vastaamaan yhä paremmin ammattilaisten tarpeita. (T)
- (15)      Muut kasvavat tuoteryhmät, joita *kehitetään* liiketoiminta-alueen sisäisenä toimintana. (AT)

Esimerkeissä (13)–(15) esiintyy materiaalinen prosessi *kehittää*, joka on passiivissa oleva *finiittimuoto*. Neljä kuudesta *kehittää* finiittiverbistä on passiivissa ja kaksi on aktiivissa. Vilkuna (1996: 138, 348) kuvailee suomen impersonaalista passiivia sellaiseksi, jossa ei mainita ykkösargumenttia, eikä mikään muu argumentti toimi varsinaisena subjektina. Ykkösargumentilla tarkoitetaan verbin keskeisintä argumenttia, joka yleensä on subjekti. *Kehittää* prosessin toimijoita ei ole suoranaisesti kerrottu, mikä sinänsä on ymmärrettävää. Yhtiö on jatkuvassa muutoksessa työntekijöistä johtajiin. Ei ole mahdollista nimetä kehitystyötä tekeviä henkilöitä, koska henkilöstö mahdollisesti vaihtuu. Passiivin toimijaksi voidaan kuitenkin implisiittisesti tunnistaa yhtiö ja sen työntekijät. Karvonen (1999: 152) on artikkelissaan todennut, että talousteksteissä ihminen on im-

plisiittisesti toimijana. Pälli ym. (2009: 309) ovat tulleet siihen tulokseen, että passiivi esiintyy huomattavasti aktiivimuotoa enemmän strategiatekstissä.

Esimerkkien (13) ja (14) adverbi *jatkuvasti* on toistuvuuden adverbi, joka ilmaisee, miten usein tai minkälaisin aikavälein tilanne esiintyy. *Jatkuvasti* ilmaisee kestoa. (Hakulinen ym. 2004: 642–643.) Se luo mielikuvaa yhtiöstä, jossa kehittäminen on tekeillä koko ajan: nyt, huomenna ja tulevaisuudessa. Yhtiössä kehitetään taukoamatta uusia palvelukonsepteja, tuotteita tai palveluita. Lauseet olisivat täysin ymmärrettäviä ja suomen kielen mukaisia ilman adverbialiakin, mutta sitä käyttämällä saadaan luotua tehokas mielikuva yhtiöstä. Vastaanottajalle halutaan viestiä kehittämisen jatkuvuudesta, vaikkakin liioittelevan ja epämääräisen tuntuisesti.

Esimerkeissä 16 ja 17 *kehittää* prosessi on aktiivissa. Nämä ovat *kehittää* verbin ainoat esiintymät, joissa toimija on selkeästi kerrottu.

- (16) Atrian kasvua kansainvälisillä elintarvikemarkkinoilla tukevat erityisesti seuraavat ydinvahvuudet, joita *se* hyödyntää ja *kehittää* aktiivisesti. (AT)
- (17) *Altia kehittää* toimintansa vastuullisuutta. (AL)

Esimerkissä (16) toimijaksi on nimetty demonstratiivipronomini *se*. Sillä viitataan yhtiöön, Atriaan. Esimerkin (17) toimijaksi on nimetty *Altia*. Se on suorin ja yksityiskohtaisimmin nimetty *kehittää* prosessin toimija – se esiintyy kehityksen maailmassa vain yhden kerran. Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssissa puhutaan kehityksestä, mutta vastaus kysymykseen, kuka kehittää, jää täydellistä vastausta vaille. Kehittämistä pidetään niin tärkeänä, että se halutaan tuoda tulevaisuusdiskurssissa esille, mutta kehittämisen tekijää tai sen suoranaista mainitsemista ei pidetä tärkeänä tai se ei ole edes mahdollista.

*Kehittää* prosessina ei ole perinteinen materiaallinen verbi. Siinä on nähtävissä myös mentaalista ulottuvuutta. Koska toimijat ovat passiivissa, tai ne ilmaistaan vain yhtiön nimellä, kuvaa prosessi enemmän tekemistä kuin sisäistä ajattelua. Sitä, kuinka tehokasta ja toteutunutta kehittäminen on ja kuinka se käytännössä toteutuu, ei tässä tilannekontekstissa kerrota. Suomen kielen perussanakirja (1990) määrittää *kehittää* verbiä näin:

”tehdä tai muuttaa jokin vähitellen joksikin, muuttaa jotakin johonkin suuntaan, muokata, tai muovata”. *Kehittää* materiaalisena prosessina jättää paljon kuitenkin hämäräksi. Strategiategistissä jätetään epäselväksi, mitä käytännössä tehdään, kun kehitetään esimerkiksi tuotteita ja palveluita. Mihin joudutaan puuttumaan ja mitä tekemään, kun valittua asiaa kehitetään? Joudutaanko irtisanomaan joku työntekijöistä? Suljetaanko jokin toimipiste? Korvataanko jakelu automaatiolla? Strategiategistin tulevaisuusdiskurssin *kehittää* prosessi ei siis anna konkreettista tietoa, vaan se verhoaa monet asiat itsensä taakse.

## 5.2 Kehittäminen kohteena, olemassa olevana, paikkana ja tapana

Materiaalinen prosessi *kehittää* kirjoittuu tässä tekstissä useasti nominaalimuodoin. Tarkastelen näitä valintoja ja merkityksiä seuraavissa kappaleissa. *Kehittäminen* esiintyy tulevaisuusdiskurssissa prosessin osallistujana, kohteena, 10 kertaa. Näistä ovat esimerkit (18)–(21).

- (18) Benecol-brändiin ja kasvisetanoliesterin käyttöön liittyvien oikeuksien palautuminen Raisiolle mahdollistaa liiketoiminnan *kehittämisen* uusista lähtökohdista. (RAI)
- (19) Global Network Company -toimintamalli tähtää juuri tähän, ja siksi sen soveltamista ja *kehittämistä* jatketaan myös tulevina vuosina. (P)
- (20) Samoin logistiikan ja jakelun *kehittämistä* jatketaan sekä kulujen pienentämisellä että jakelukattavuuden parantamisella. (AL)
- (21) Jatkamme edelleen liiketoimintamallimme *kehittämistä* hyödyntääksemme liiketoimintamme laajuuden tarjoamat edut – –. (RAM)

Esimerkeissä (18)–(21) *kehittäminen* on ideationaalinen metafora, jossa kehittäminen on esitetty inkongruentisti. Kohteena *kehittäminen* kuitenkin sisältää toiminnan, prosessin. Esimerkin (18) voisi kirjoittaa kongruentisti seuraavanlaisesti – – *oikeuksien palautuminen Raisiolle mahdollistaa sen, että Raisio kehittää liiketoimintaa uusista lähtökohdista*. Esimerkin (21) kongruenttimuodon voisi kirjoittaa *Kehitämme edelleen liiketoimintamalliamme hyödyntääksemme* – –. Kongruenttissa muodossa toimija, kehittäjä on näkyvillä, mutta ideationaalista metaforaa käytettynä *kehittämisen* tekijä, toimija, pysyy

piilossa. Toki se on implisiittisesti tulkittavissa, jolloin kehittäjäksi kirjoittuu yhtiö. Piiloon jää myös prosessin *modus*.

Kun kehittäminen on inkongruentissa muodossa, on finiittiverbiksi valittu merkityspotentiaalista toinen materiaallinen prosessi. Esimerkeissä (19)–(21) se on *jatketaan* ja *jatkamme*. Tässä diskurssissa materiaallinen prosessi *jatkaa* esiintyy kolmannenkin kerran. Jatkamisella luodaan mielikuvaa, että prosessin kohde eli kehittäminen on ollut jo käynnissä ja sitä *jatketaan* tulevaisuudessa.

Inkongruenttia muotoa voidaan pitää merkityksellisenä kielellisenä valintana merkityspotentiaalista tähän rekisteriin. Kun materiaallinen prosessi *kehittää* ei ole finiittiverbinä, vaan se on nominaalimuotoisena, muodostetaan finiittiverbi tässä maailmassa edellisistä esimerkkilauseista ilmentyneiden prosessien lisäksi materiaalisilla prosesseilla *keskittyä*, *osallistua* ja *edistää* sekä eksistentiaalisella prosessilla *tulee olemaan* (2). Merkitykseltään nämä materiaaliset prosessit ovat abstrakteja. Niissä on myös nähtävissä käyttäytymisen ja mentaalisen prosessin ulottuvuutta.

Substantiivina *kehitys* esiintyy aineistossa kolme kertaa. Sen kongruentti muoto olisi eksistentiaallinen prosessi *kehittyä*. Se ilmenee esimerkeistä (22) ja (23).

- (22) Toimintaympäristön *kehitys* jatkuu Pöyryn kannalta suotuisana myös vuonna 2008. (P)
- (23) *Lemminkäinen* seuraa ja ennakoi jatkuvasti yhteiskunnan *kehitystä*. (L)

Esimerkissä (22) kehittämisen prosessi on löydettävissä substantiivista *kehitys*, jota määrittelee genetiiviattribuutti *toimintaympäristön*. *Toimintaympäristön kehitys* on prosessin *jatkuu* kohde, johon yhtiö itse ei pysty kovin aktiivisesti vaikuttamaan, mutta näkee kehityksen kuitenkin hyvänä. Tilannekontekstissa ei kuitenkaan kerrota, mitä kehityksellä konkreettisesti tarkoitetaan: mikä muuttuu, kun toimintaympäristö kehittyy? Esimerkkilauseen finiittiverbinä on eksistentiaallinen prosessi *jatkaa*. Kun eksistentiaallinen prosessi *kehittyä* valitaan nominaalimuotoon *kehitys*, joutuu se väistymään finiittiverbin paikalta. Finiittiverbin paikalle on valikoitunut eksistentiaallinen prosessi

*jatkoa. Toimintaympäristön kehitys* on olemassa oleva tarkoite, johon yhtiö ei pysty vaikuttamaan. Toimintaympäristön kehitys on ollut yhtiön kannalta suotuista ja tilannekontekstissa halutaan ilmaista kehityksen jatkuminen vielä tulevaisuudessa. Kielellisellä valinnalla halutaan ottaa yhtiön ulkopuolinen maailma mukaan, ja todetaan jopa senkin puoltavan yhtiön menestystä. Adjektiivina *suotuinen* on suhteellinen käsite, jota tässä yhteydessä ei määritellä. Nämä merkityspotentiaalista nousseet valinnat vahvistavat positiivisten asioiden viestijän roolia tässä tilannekontekstissa. Prosessin olosuhteena oleva aika *vuonna 2008* viestii myönteisestä tulevaisuudesta.

Esimerkissä (23) *kehitys* on materiaalisten prosessien *seurata* ja *ennakoida* kohteena. Sitä määrittelee genetiiviattribuutti *yhteiskunnan*. Prosessien toimijaksi on nimetty yhtiö omalla nimellään, *Lemminkäinen*. Kun yhtiö seuraa ja ennakoi yhteiskunnan kehitystä, miten se sen tekee? Millaiset teot ovat näiden tekemisen prosessien takana? Nämä materiaaliset prosessit eivät siis ole konkreettista tekemistä ilmaisevia verbejä. Tässä korostuu kertojan ja suunnittelijan rooli. Materiaaliset prosessit kertovat yhtiön tekevän jotakin, ja näiden kielellisten valintojen, *seurata* ja *ennakoida*, tehtävänä on luoda yhtiöstä valpasta ja ajanhermoilla olevaa mielikuvaa.

*Kehittäminen* esiintyy kolme kertaa prosessin olosuhteena, paikkana. Tästä ovat esimerkit (24)–(26).

- (24) Konzernin liiketoiminnan ja palvelutarjonnan *kehittämisessä* otetaan huomioon asiakkaiden tarpeiden muutokset. (L)
- (25) Tavoitteena on muodostaa näkemys siitä, mitä nämä teemat merkitsevät yhteiskunnalle ja Pöyryn asiakkaille, ja miten Pöyry tahtoo olla mukana niiden *kehittämisessä*. (P)
- (26) Asiakaslähtöisyys otetaan entistä paremmin huomioon uuden sukupolven tuotevalikoiman *kehittämisessä*. (V)

Aivan kuten esimerkeissä (18)–(21) myös esimerkeissä (24)–(26) on kyseessä ideatio-naalinen metafora, joka voidaan muuttaa kongruentiksi. Prosessi *kehittää* on ”piilossa” ei-aktiivisena nominaalimuodossa, joka esiintyy adverbiaalirakenteessa. Esimerkki (26) voitaisiin kirjoittaa kongruentisti *Asiakaslähtöisyys otetaan entistä paremmin huomioon, kun Vacon kehittää uutta sukupolven tuotevalikoimaa*.

Kun kehittäminen on prosessin olosuhteena, paikkana, on finiittiverbinä esimerkeissä (24) ja (26) materiaallinen prosessi *otetaan huomioon* ja esimerkissä (25) mentaalinen prosessi *tahtoa*. Finiittiverbien kohteina ovat *asiakkaiden tarpeiden muutokset* ja *asiakslähtöisyys*. Esimerkin (25) finiittiverbin kohde demonstratiivipronominit *niiden*, joka viittaa edellisen lauseen sanaan *teemat*. Oleellista on, että kyseisessä lauseessa pohditaan, mitä kyseiset teemat merkitsevät Pöyryn asiakkaille. Kun *kehittäminen* on lauseessa paikkana, on sen funktiona ilmaista kehittäminen jonkinlaisena toiminnantilana, jossa asiakkaat huomioidaan tavalla tai toisella. Tekstissä kuuluu suunnittelijan ääni, joka pitää tärkeänä kertoa vastaanottajalle tämä asia. Sitä, kuinka asiakkaat otetaan konkreettisesti tekstin todellisuudessa huomioon kyseisessä toiminnantilassa, ei tilannekontekstissa kerrota.

Kehittäminen ilmaistaan strategiatekstin tulevaisuusdiskurssissa kolme kertaa 3. infinitiivin adessiivimuodolla. Näistä ovat esimerkit 27 ja 28.

- (27)      Konserni lujittaa strategisia asiakaskumppanuuksiaan *kehittämällä* uusia ja tuloksellisia yhteistyömalleja kunkin päivittäistavaraketjun kanssa erikseen. (AT)
- (28)      Taajuusmuuttajien käytettävyyttä parannetaan ohjausjärjestelmien automaatiota ja langatonta ohjausta *kehittämällä*. (V)

Esimerkkien 27 ja 28 *kehittäminen* merkitsee funktioltaan lauseessa olosuhdetta eli näissä tapauksissa tapaa. Kehittäminen on tapa tehdä jotakin. Kehittämällä jotakin yhtiö *lujittaa strategisia asiakaskumppanuuksia* ja *taajuusmuuttajien käytettävyyttä parannetaan*. Tällä kielellisellä muodolla, 3. infinitiivin adessiivi, kehittämällä ilmaistaan tekemisen tapaa, jolla on jokin vaikutus yhtiölle tärkeisiin sidosryhmiin tai toimintoihin: ne lujittuvat ja paranevat. Materiaalisina prosesseina *lujittaa* ja *parantaa* ovat kuitenkin abstrakteja verbejä. Tekstiin ei kirjoitu, millaisesta kehittämisestä on kyse ja mitä kehittämällä käytännössä tarkoitetaan. Myös se, mikä todellinen vaikutus tavalla on tapahtumaan, jää vastausta vaille. Kehittämällä lujitetaan jotakin, mutta missä näkyy, kuinka paljon esimerkin (27) strategiset asiakaskumppanuudet ovat lujittuneet. Mikä on tekemisen tavan, *kehittämällä*, todellinen vaikutus? Strategiatekstin vastaanottajalle kehit-

tämisen määrää ei kerrota tässä rekisterissä, ja lujittumisenkin konkreettinen vaikutus jää eksplisiittisesti kertomatta. Tämä vahvistaa tekstiin kirjoittuvaa tietäjän ja suunnittelijan rooleja.

Yhden kerran tulevaisuusdiskurssissa käytetään *kehittämistä* lauseenvastikkeessa. Kyseessä on temporaalirakenne *kehittäessään*, kuten esimerkissä (29) näkyy.

- (29) *Kehittäessään* omia tuotteitaan ja palveluitaan Lemminkäinen osallistuu samalla merkittävällä panoksella koko rakennusalan kehittämiseen. (L)

Esimerkissä (29) temporaalirakenne *kehittäessään* sisältää subjektin, joka on ilmaistu possessiivisuffiksilla. Toimija ei siis näy lauseenvastikkeessa yhtä selvästi kuin, jos lauseenvastike muutetaan sivulauseeksi *Kun Lemminkäinen kehittää omia tuotteitaan ja palveluitaan, se osallistuu* – –. Temporaalirakenteelle on ominaista, että se kertoo, minkä toisen tapahtuman ajankohtaan hallitsevan lauseen tarkoittama tilanne sijoittuu (Hakulinen ym. 2004: 536). Esimerkin (29) *kehittäessään* viittaa samanaikaiseen tekemiseen hallitsevana lauseen tekemiseen *Lemminkäinen osallistuu*. Tekstiin kirjoittuva positiivisten asioiden viestijä on halunnut tuoda esille sen, että kun yritys kehittää omia tuotteitaan ja palveluitaan, osallistuu se merkittävällä panoksella koko rakennusalan kehittämiseen. Se, kuinka suuri tai merkittävä panos todellisuudessa on, jää kertomatta. Tekstiin luodaan todellisuutta, jossa yrityksellä on suuri vaikutus koko toimialan kehittämisessä ja jossa yrityksen kehitystyö on hyvin merkityksellistä. Tämä on kuitenkin vain yrityksen näkemys asiasta, joten positiivisten asioiden viestijärooli aktivoituu tässä kielellisessä valinnassa.

Olen edellä tuonut esille sen, että *kehittäminen* materiaalisena prosessina esiintyy tulevaisuusdiskurssissa sekä finiittiverbinä että ideationaalisenä metaforana: nominaalimuotoina ja infinitiiveinä. Niillä kaikilla on lauseessa oma funktionsa. Ominaista näille kaikille kielellisille muodoille on, että ne jättävät toimijan, kehittäjän, eksplikoimatta. Ainoastaan yhden kerran toimijaksi kirjoittautuu yritys omalla nimellään ja yhden kerran *se*-pronomini, jolla viitataan yritykseen. *Kehittää* verbin inkongruenttimuoto on huomattavasti yleisempää kuin kongruentti. Jos inkongruenttimuoto muutetaan kongruentiksi, on muutoksella vaikutus kaikkiin kielen kolmeen tasoon. Kielellisten valintojen antamat

merkitykset eivät siis pysyisi enää samana. Kongruentissa muodossa tulevat näkyville esimerkiksi toimija ja modus. Indikatiivissa oleva predikaattiverbi kuvaa velvoittavuutta ja varmuutta. Koska prosessi on inkongruentissa muodossa häivytettynä, on sitä sekä turvallisempaa että epämääräisempää käyttää.

Koska *kehittää* on transitiivinen verbi, materiaallinen prosessi, saa se myös kohteen. Se, mitä kehitetään, kerrotaan tekstissä, mutta usein inkongruentin muodon kautta. Käsitte-  
len prosessin *kehittää* saamat kohteet seuraavassa luvussa.

### 5.3 Kehittämisen kohteet

Olen jakanut kehittämisen kohteet neljään eri ryhmään niiden merkitysten perusteella. Ryhmät ovat: tuote ja palvelu, toimintamallit ja liiketoiminta, ydinvahvuudet sekä muutos, yhteistyö ja vastuu. Luokittelun olen tehnyt *kehittää* prosessin kohteista, sekä finiitiverbeistä että nominaalimuodoista.

#### 5.3.1 Tuote ja palvelu

Tuotteet ja palvelut -ryhmään olen luokitellut seuraavat tulevaisuusdiskurssin kehityksen maailmassa esiintyvät kohteet. *Tuoteryhmät* (1), *tuotemerkit* (2), *tuotteet* (1), *tuotevalikoima* (1), *tuotteet ja palvelut* (3), *palvelukonseptit* (1), *palvelutarjonta* (1) ja *automaatio ja langaton ohjaus* (1). Esimerkeissä (30)–(33) on kehittämisen kohteena tuote tai palvelu.

- (30) *Tuotteita ja palveluita* kehitetään jatkuvasti vastaamaan yhä paremmin ammattilaisten tarpeita. (T)
- (31) Muut *kasvavat tuoteryhmät*, joita kehitetään liiketoiminta-alueen sisäisenä toimintana. (AT)
- (32) Asiakaslähtöisyys otetaan entistä paremmin huomioon *uuden sukupolven tuotevalikoiman* kehittämisessä. (V)
- (33) Paikallinen, itsenäinen toimintatapa ja kiinteät yhteydet eri sidosryhmiin edistävät *tuotteiden ja palvelujen* kehittämistä ja auttavat havaitsemaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia. (L)



Esimerkeissä (30) ja (31) materiaalisen prosessin *kehittää* kohteeksi kirjoittautuvat *tuotteet ja palvelut* sekä relatiivipronomini *joka*, jolla viitataan lausekkeeseen *kasuvat tuoteriuhmät*. Esimerkissä 32 inkongruenttin muodon kehittämisen kohteena on lauseke *uuden sukupolven tuotevalikoima*. Esimerkissä 33 *tuotteet ja palvelut* ovat kehittämisen kohteena, mikä on myös inkongruentisti kirjoittautunut tekstiin.

Yhtiön tuotteiden ja palveluiden myynti on se, joka tuo voittoa omistajille. Niiden kehittäminen on tärkeää, ja sen on katsottu olevan tärkeää myös siltä osin, että se mainitaan strategiatekstin tulevaisuusdiskurssissa. Tuotteita tai palveluita ei tulevaisuusdiskurssissa yksilöidä tai spesifioida, vaan niistä puhutaan massana. Oletuksena on, että lukijalla on tiedossa yhtiön tarjoamat tai valmistavat tuotteet ja palvelut. Yhden kerran mainitaan yksityiskohtaisemmin kehittämisen kohde. Se on esimerkkinä (34).

- (34) Taajuusmuuttajien käytettävyyttä parannetaan *ohjausjärjestelmien automaatiota ja langatonta ohjausta* kehittämällä. (V)

Esimerkissä (34) kehittämisen kohteena on *ohjausjärjestelmien automaatio ja langaton ohjaus*. Kehittämisen kohteiden kautta voidaan implisiittisesti tulkita kehittämisen tekijät. Tuote ja palvelu -ryhmässä kehittämisen tekijöiksi voidaan tulkita ne henkilöt yhtiöissä, joiden vastuulla on tuotteiden ja palveluiden kehitys. Yhtiön toimialasta riippuen he voivat olla insinöörejä, tutkijoita, testaajia, laborantteja, kehityspäälliköitä tai kehitysjohtajia. Esimerkki (34) voidaan muuttaa kongruenttiin muotoon, jolloin siinä yksilöitäisiin kehityksen kohteen perusteella myös toimija *Taajuusmuuttajien käytettävyyttä parannetaan siten, että insinöörimme kehittävät ohjausjärjestelmien automaatiota ja langatonta ohjausta*. Kongruentimpi muoto on hyvin yksilöivää, mutta tässä tilannekontekstissa tällaista muotoa ei käytetä.

### 5.3.2 Toimintamallit ja liiketoiminta

Toimintamallit ja liiketoiminta -ryhmä koostuu seuraavista kehityksen kohteista. *Yrittäjämäinen toimintamalli* (1), *Global Network Company -toimintamalli* (1), *liiketoimin-*

*tamalli* (1), *liiketoiminta* (2) *koko rakennusala* (1) ja *Altia* (1). Näistä ovat esimerkit (35)–(37).

- (35) Myyntiyhtiöidemme *yrittäjämäistä toimintamallia* tullaan kehittämään samalla, kun – –.(AL)
- (36) *Global Network Company -toimintamalli* tähtää juuri tähän, ja siksi sen soveltamista ja kehittämistä jatketaan myös tulevina vuosina. (P)
- (37) Jatkamme edelleen *liiketoimintamallimme* kehittämistä hyödyntääksemme liiketoimintamme laajuuden tarjoamat edut, synergiat sekä jaaksemme konserninlaajuisia parhaita käytäntöjä. (RAM)

Esimerkeissä (35)–(37) kehittämisen kohteena on *yrittäjämäinen toimintamalli*, *Global Network Company -toimintamalli* ja *liiketoimintamalli*. Tässä ryhmässä kehityksen kohteena on liiketoiminta, jolla tarkoitetaan taloudellista toimintaa ansiotarkoituksessa. Kielellisesti tarkasteltuna toimintamalli on määritysyhdyssana, jossa malli on edussana ja toiminta on määritesana. Määriteosa rajoittaa edusosan mahdollisten tarkoitteiden joukkoa. (Hakulinen ym. 2004: 396.) Näin ollen *toiminta* rajaa tarkoitetta *malli*. Yhdys- sana *toimintamalli* voidaan nähdä tarkoittavan mallia toimia jollakin tavalla. Tekstiin kirjoittuvassa todellisuudessa nähdään tarpeellisena tuottaa jonkinlainen malli toimia. Se kirjoittuu tekstiin kehittämisen kohteeksi, eli se on jo olemassa, ja sitä kehitetään edelleen. Toimintamallit voivat saada erilaisia määritteitä, kuten *yrittäjämäinen*, tai toimintamallit voidaan nimetä, kuten *Global Network Company*. Tällaisella nimeämisellä on pyritty tuomaan tarkennusta ja yksilöintiä toimintamalleihin. Sana *toimintamalli* jättää vastaanottajalle kuitenkin epäselväksi ja abstraktiksi käsitteeksi, mitä sillä käytännössä tarkoitetaan.

Toimintamallien tarkoituksena on saada yhtiö ja sen työntekijät toimimaan sovitun mallin mukaisesti, jotta yhtiö hyötyy esimerkiksi kustannuksissa. Näiden kohteiden kehittäminen on erityisesti osakkeenomistajien kannalta oleellista ja yhtiön menestymisen kannalta tarpeellista. Yhdyssanan *toimintamalli* käyttäminen luo järjestelmällistä ja vakavasti otettavaa kuvaa yhtiöstä. Yhtiöllä on malli toimia ja sitä kehitetään – mitä se sitten tarkoittaneekaan.

### 5.3.3 Ydinvahvuudet

Ydinvahvuudet-ryhmään olen luokitellut seuraavat kehittämisen kohteet: *logistiikan, asiakastyytyvyyden, tuotannon ja tukitoimintojen prosessien hallinta* (1); *logistiikka ja jakelu* (1); *hyvä kuluttajatuntemus* (1), *tuotantorakenne* (1), *hankintatoimi* (1), *toimitusketjun hyvä hallinta* (1), *vahva markkina-asema ja ydinvahvuudet*. Esimerkit (38)–(40) kuvaavat yhtiöiden ydinvahvuuksia kehittämisen kohteina.

- (38) *Logistiikan, asiakastyytyvyyden, tuotannon ja tukitoimintojen prosessien hallintaa* kehitetään jatkuvasti. (V)
- (39) Samoin *logistiikan ja jakelun* kehittämistä jatketaan sekä kulujen pienentämisellä että jakelukattavuuden parantamisella. (AL)
- (40) Atrian kasvua kansainvälisillä elintarvikemarkkinoilla tukevat erityisesti seuraavat *ydinvahvuudet, joita se hyödyntää ja kehittää* aktiivisesti. (AT)

Esimerkissä (38) kehittämisen kohteeksi kirjoittautuu lauseke *logistiikan, asiakastyytyvyyden, tuotannon ja tukitoimintojen prosessien hallinta*. Kohteeksi on yksilöity eri prosessien hallinta. Esimerkissä (39) kohteena on *logistiikka ja jakelu*. Esimerkissä (40) kehittämisen kohteeseen *ydinvahvuudet* viitataan relatiivipronominilla *joita*. Virkkeessä puhutaan seuraavista ydinvahvuuksista. Ne on tekstiyhteydessä otsikoituna *vahva markkina-asema, hyvä kuluttajatuntemus ja asiakkuuksien hallinta, tehokas tuotantorakenne ja toimitusketjun hyvä hallinta*. Mitä kehitetään, kun kehitetään esimerkiksi prosessien hallintaa tai asiakkuuksien hallintaa? Onko *hallinta* olemassa oleva tarkoite, jota kehitetään? Se, kuten myös *logistiikka ja jakelu* voidaan nähdä abstrakteina kohteina. Niitä ei voida käsin koskettaa. Kun kehitetään esimerkiksi prosessin hallintaa, logistiikka tai asiakkuuksien hallintaa, suuntautuu kehittymisen velvoite yhtiön työntekijöihin. Edellä olevat kehittämisen kohteet ovat metaforisia ilmauksia sille, että työntekijöiden täytyy olla halukkaita oppimaan, kehittymään ja sitoutumaan työhönsä. Tästä huolimatta tilanekontekstissa yhtiön kehittämisen kohteeksi kirjoittuvat laajat kokonaisuudet ja sidosryhmät, jotka ovat yhtiön pärjäämisessä ja voitontavoittelussa oleellisia.

Yhtäläillä kohteiden kohdalla voidaan implisiittisesti tulkita kehittäjän tekijäksi hyvin suuri työntekijöiden joukko yhtiön sisällä. Se, kuka yhtiössä vastaa asiakkaista, ku-

luttajista, logistiikasta, jakelusta, tuotannosta, markkinoinnista ja toimituksista, joutuu kehittämään alansa prosessia ja edelleen kehittämään työntekijöitä, jotta kehityksen kohde olisi hallinnassa mahdollisimman hyvin. Miksi sitten jotakin prosessia ja sen hallintaa kehitetään? Pyrkimyksenä ovat kustannussäästöt ja myynnin lisääminen ja näiden kautta paremman voiton tavoittelu.

#### 5.3.4 Muutos, yhteistyö, vastuu

Muutos, yhteistyö ja vastuu -ryhmään olen luokitellut sellaiset kehityksen kohteet, joille ominaista on muutos, yhteistyö ja vastuu. Näitä ovat *toiminnan vastuullisuus* (1), *sisäinen yhteistyö* (1), *yhteistyömalli* (1), *teemat* (1) ja *muutosprosessin hyvä hallinta* (1). Tästä ryhmästä ovat esimerkit (41)–(44).

- (41) Altia kehittää *toimintansa vastuullisuutta*. (AL)
- (42) Konserni lujittaa strategisia asiakaskumppanuuksiaan kehittämällä *uusia ja tuloksellisia yhteistyömalleja* kunkin päivittäistavaraketjun kanssa erikseen.
- (43) Tavoitteena on muodostaa näkemys siitä, mitä nämä *teemat* merkitsevät yhteiskunnalle ja Pöyryn asiakkaille, ja miten Pöyry tahtoo olla mukana *niiden* kehittämisessä. (P)
- (44) Altian johtotiimi keskittyy strategiaan kysymyksiin ja *sisäisen yhteistyön* kehittämiseen kokonaistehokkuuden parantamiseksi. (AL)

Esimerkissä (41) kehittämisen kohteena on *toiminnan vastuullisuus*. Esimerkin (42) kohteeksi on kirjoittautunut lauseke *uusia ja tuloksellisia yhteistyömalleja*. Esimerkissä (43) kehittämisen kohteena on demonstratiivipronomini *niiden*, joka viittaa edellä olevan lauseen sanaan *teemat*. Esimerkin (44) kehityksen kohde on *sisäinen yhteistyö*. Nämä kehityksen kohteet luovat luotettavan ja yhteistyökykyisen, ehkä lämpimänkin kuvan yhtiöstä. Esimerkin (42) kehityksen kohde on *yhteistyömalli*, jolla itsessään on positiivinen kaiku. Kun kohteelle on annettu määritteeksi sana *tuloksellisia*, muuttuu merkitys sellaiseksi, että yhteistyön täytyy tuottaa tulosta, rahaa. Voidaan ajatella, että esimerkin (44) kohde *sisäinen yhteistyö*, on sellaista yhteistyötä, jota monissa yhtiöissä kaivataan ja tarvitaan. Kun lausetta jatkaa eteenpäin, paljastuu kehittämisen tarkoituksiksi kokonaistehokkuuden parantaminen. Kehittämistä ei siis tehdä työntekijöiden työviihtyvyyden parantamiseksi.

Vuosikertomuksen strategiatekstin tulevaisuusdiskurssi on rekisterinä sellainen, että siinä kehityksen kohteeksi leksikaalisten valintojen kautta kirjoittautuu yhtiön menestyksen ja tuottavuuden kannalta oleellisia asioita. Strategisesti ajateltuna, jos kohteita kehitetään, oletetaan yhtiön myös kasvavan ja tuottavan tulosta. Tässä tilannekontekstissa kehittämisen kohteeksi ei valikoidu esimerkiksi työntekijöiden työolosuhteet, työilmapiiri tai hyvinvointi.

Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssin materiaallinen prosessi *kehittää* ei saa kongruenteissa muodoissaan tai inkongruentista kongruenttiin muutoksissa kehittämistä valmiiksi. Prosessina se ei ole koskaan loppuun suoritettu. Hakulinen ym. (2004: 1437) mukaan *kehittää* verbi on rajahakuinen aspektiominaisuudeltaan. Tapahtuman tulos voidaan esittää joko saavutettuna tai siten, että sitä ei ole saavutettu. Käytössä on totaali- tai partitiiviobjekti. Tulevaisuusdiskurssissa käytetään partitiiviobjektia, jolloin kehittäminen jatkuu. Tämä on nähtävissä kaikissa edellä olevista esimerkeistä (30)–(44). Kieliopillisesti *kehittää* verbin kanssa voisi käyttää myös totaaliobjektia, jolloin tapahtuman tulos olisi saavutettu. Voitaisiin sanoa esimerkiksi *Raisio kehittää uuden tuotteen* tai *Pöyry kehittää uuden toimintamallin*. Tällaiset kielelliset muodot eivät kuitenkaan kuulu tähän rekisteriin. Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssin kehittämisen kohteet ovat siis jatkuvasti kehityksen kohteena, niistä ei tule valmiita.

## 6 KASVUN MAAILMA

Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssista nousee esiin kehityspuheen lisäksi puhe kasvusta. Tarkastelen tässä luvussa, kuinka nimeämäni Kasvun maailma kielellisesti rakentuu strategiatekstin tulevaisuusdiskurssiin. Tälle diskurssille on ominaista, että kasvusta puhutaan, mutta eksistentiaalisena prosessina *kasvaa* ei esiinny finiittiverbinä yhtään kertaa. Sen sijaan se on nominaalimuotona 16 kertaa: *kasvu* (4), *kasvua* (6), *kasvun* (2), *kasvumme*, *kasvuaan*, *kasvuun* (2); infinitiivinä ja partisiippina 6 kertaa: *kasvaa*, *kasvavan*, *kasvavat*, *kasvamaan*, *kasvavan* (2); yhdyssanan osana 5 kertaa: *kasvumahdollisuudet* (4), *kasvua* *alue*. Prosessi *kasvattaa* esiintyy finiittiverbinä aineistossa kolme kertaa.

### 6.1 Kasvu määritettävänä

Kasvu tuodaan esille relationaalisen prosessin avulla seitsemän kertaa. Tämä tulee esille esimerkeissä (45) ja (46).

- (45) Suurin osa *kasvusta* on orgaanista kasvua, mutta Vacon ei myöskään sulje pois jatkoa yritysostolle. (V)
- (46) Vaikka *kasvu* on pääosin orgaanista, hyödynnämme myös yritysostojen tarjoamat mahdollisuudet kannattavaan kasvuun.

Esimerkeissä (45) ja (46) on kysymyksessä relationaalinen prosessi. Ne ovat attributiivisia samuuslauseita, joissa nominilauseke määrittelee toista nominilauseketta. *Suurin osa kasvusta* ja *orgaanista kasvua* viittaavat esimerkissä (45) samaan tarkoitteeseen. Vastaavasti esimerkin (46) *kasvu* ja *pääosin orgaanista* viittaavat samaan tarkoitteeseen. Kasvu inkongruenttina muotona relationaalisen prosessin osallistujana antaa mahdollisuuden kuvata sitä, että kasvua on monenlaista. Kasvua määritellään adjektiivilla: molemmissa esimerkeissä käytetään adjektiivia *orgaaninen*. Millä muulla tavoin yhtiö voi kasvaa kuin organisesti? Esimerkeissä nousevat esille epävarmat yritysostot. Vastaanottajan täytyy tietää yhtiön kasvutavat. Niitä ei kerrota vastaanottajalle. Organisel-

la kasvulla tarkoitetaan luonnollista kasvua, eli kasvua ei ole ostettu yritysostoin, vaan esimerkiksi asiakkaita on saatu enemmän.

Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssissa ei esiinny epävarmaa kielellistä valintaa liittyen kasvuun. Diskurssissa ei esiinny myöskään kasvua kielteisesti arvottavaa määritettä. Tekstiin olisi voitu valita esimerkiksi kasvua kuvaavia adjektiiveja, jolloin tekstiin olisi kirjoittunut identifioiva lause, kuten *kasvu on epävarmaa* tai *kasvu on heikkoa*. Kasvua ei myöskään määritellä selkein numeroin. Orgaaninen kasvu on turvallinen sanavalinta tälle rekisterille. Se luo yhtiöstä positiivista ja menestyvää mielikuvaa yhtiön omistajille ja mahdollisille sijoittajille. Pääasia on, että kasvusta puhutaan. Kasvu halutaan kuvata tulevaisuuden todellisuudeksi. Se on olemassa ja se etenee. *Orgaaninen* on adjektiivina kuitenkin hyvin abstrakti käsite, joka kätkee taakseen paljon asioita. Jos sanotaan yhtiön kasvavan orgaanisesti, kertomatta kuitenkin jää todellisuus: Mitkä ovat toimenpiteet käytännössä? Miten konkreettisesti saadaan lisää asiakkaita? Kuka tai ketkä hankkivat asiakkaita? Ovatko he sitoutuneita työhönsä? Näihin kysymyksiin ei tässä tilannekontekstissa saada vastausta, vaan asia kuitataan relationaalisen prosessin ja attributiivisen samuuslauseen avulla.

Relationaalisen prosessin sijaan olisi merkityspotentiaalista voitu valita myös eksistentiaalinen prosessi *kasvaa*. Esimerkin (46) ensimmäinen lause muuttuisi seuraavanlaiseksi *Vaikka yhtiö kasvaa pääosin orgaanisesti*. Indikatiivissa oleva predikaattiverbi *kasvaa* kuvaa varmaa tekemistä ja tässä tapauksessa varmaa kasvamista. Eksistentiaalisessa prosessissa sana *yhtiö* saa huomion, mutta relationaalisessa prosessissa paino on sanalla *kasvu*. Relationaalisen prosessin kautta kasvu tehdään olemassa olevaksi ja merkitykselliseksi asiaksi, jota voidaan määritellä ja seurata. Kasvua seurataan kuten ihmislapsen kasvua.

## 6.2 Kasvu kohteena

Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssissa tuodaan esille orgaaninen kasvu myös muiden prosessien kautta, kuten esimerkeissä (47) näkyy.

- (47) Maissa, joissa Orionilla on omat myyntiorganisaatiot, yhtiö *kiihdyttää* orgaanista *kasvuaan* tuote-, tuoteportfolio- ja yritysostoin. (O)

Esimerkin (47) toisen lauseen materiaalisena prosessina on verbi *kiihdyttää*. Nominilauseke *orgaanista kasvuaan* on lauseen objekti eli kiihdyttämisen kohde ja samalla myös kokija, ja näin ollen myös olemassa oleva, jonka on tarkoitus kokea jotakin. *Yhtiö* on tämän prosessin toimija. Tekstissä ei ole käytetty kasvaa verbin kongruenttia muotoa – *yhtiö kasvaa orgaanisesti* –, vaan on valittu inkongruentti muoto *kasvu*. Näin ollen predikaattiverbiksi on valikoitunut *kiihdyttää*. Suomen kielen perussanakirjan (1990) mukaan *kiihdyttää* tarkoittaa ”lisätä jonkin nopeutta, jouduttaa, nopeuttaa; tehostaa, lisätä”. Tässä yhteydessä materiaalisen prosessin kautta saadaan kuvattua sitä, että *orgaaninen kasvu* on jo olemassa ja kasvua tapahtuu, ja nyt sitä kiihdytetään eli nopeutetaan ja lisätään. Yhtäläillä voidaan miettiä, mitä orgaanisen kasvun kiihdyttäminen käytännössä merkitsee. Tässä esimerkissä yhtiö on valinnut keinoksi *tuote-, tuoteportfolio- ja yritysostot*. Kielellisenä valintana inkongruentti muoto *kasvu* avaa mahdollisuuden strategiatekstin tulevaisuusdiskurssissa ja tässä tilannekontekstissa käyttää muita prosesseja, joilla voidaan luoda vastaanottajalle halutunlaisia mielikuvia. Prosessina *kiihdyttää* antaa hyvin dynaamisen ja voimakkaasti kasvavan kuvan yhtiöstä.

Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssissa kasvu on inkongruentisti prosessin kohteena esimerkeissä (48) ja (49).

- (48) Atria hakee *kasvua* perinteisten lihanjalostusmarkkinoiden lisäksi myös laajemmin koko ruoka-alalla, erityisesti tuoretuotteiden segmenteissä. (AT)
- (49) – –, mutta yhtiö hakee *kasvua* myös eläinlääkkeistä ja diagnostiikasta. (O)

Esimerkeissä (48) ja (49) on kyseessä materiaallinen prosessi, tosin se ei ole selkeästi sitä. Prosessilla *hakea* on tässä yhteydessä selkeästi eri merkitys kuin, jos sanoisimme *Minä haen pallon*. *Hakea* ei ole esimerkeissä konkreettinen ilmaus, vaan merkitykseltään abstraktimpi. Prosessissa on myös mentaalista ulottuvuutta. Suomen kielen perussanakirjan (1990) mukaan *hakea* merkitsee noutamisen lisäksi ”pyrkä johonkin, yrittää



saavuttaa tai saada aikaan jotakin, tavoitella tai etsiä”. Esimerkeissä (48) ja (49) siis tavoitellaan jotakin, ja prosessin kohteena on *kasvu*. *Kasvusta* tehdään tavoiteltava asia inkongruentin muodon kautta.

Käyttäytyjänä tai toimijana esimerkeissä (48) ja (49) on yhtiö tai yhtiön nimi. Kukaan ei kuitenkaan pysty näkemään prosessin taakse: Miten kasvua haetaan? Mitä yhtiöltä ja sen työntekijöiltä vaaditaan kasvun saavuttamiseksi? Mitkä ovat toimenpiteet kasvun saavuttamiseksi? Käyttäytymisen prosessi *hakee kasvua* on tietoinen valinta merkityspotentiaalista tähän rekisteriin. Abstraktisuudestaan huolimatta se asettaa ja luo vastaanottajalle positiivisia, aktiivisia ja optimistisia mielikuvia ja ajatuksia yhtiön tulevaisuudesta ja uusista kasvualueista. Todennäköisesti yhtiön johtajat kuitenkin tietävät, mitä käytännön toimia *hakea kasvua* velvoittaa yhtiön sisällä ja sidosryhmissä. Merkitykseltään *hakea kasvua* on tavoitteellista, mutta prosessin toimija ei kuitenkaan lupaa liikaa. Yhtiö pyrkii kasvamaan tietyillä markkina-alueilla: kasvamista ei kuitenkaan luvata.

Kasvu on kohteena myös esimerkissä (50), jossa prosessin merkitys on huomattavasti lupaavampi kuin kahdessa edellisessä esimerkissä.

- (50) Talentum *turvaa kasvun* laajentumalla Pohjoismaissa ja muilla valituilla markkina-alueilla. (TA)

Esimerkissä (50) on kyseessä niin ikään prosessi, jossa on vaikutteita materiaalisesta, mentaalista sekä käyttäytymisen prosessista. Prosessin kohteeksi kirjoittautuu kasvu. Yhtäläillä lause olisi voitu kirjoittaa *Talentum kasvaa laajentumalla Pohjoismaissa ja muilla valituilla markkina-alueilla*. Tässä esimerkissä inkongruentin muodon käyttäminen antaa mahdollisuuden valita jokin toinen verbi finiittiverbiksi. Tässä siihen kirjoittautuu *turvaa*. Suomen kielen sanakirjan mukaan (1994) *turvata* merkitsee muun muassa ”suojella, varmistaa ja taata”. Materiaalisena prosessina se luo mielikuvaa vastaanottajalle luotettavasta ja varmasta yhtiöstä, joka tässä lauseessa on kirjoitettu yhtiön nimellä *Talentum*. Tämän luotettavuuden ja varmuuden kohteena on *kasvu*. Tässä tilannekontekstissa vastaanottajalle tehdään selväksi, että kasvu on varmaa ja yhtiö pitää siitä

huolen. Esimerkissä kerrotaan, että kasvu turvataan *laajentamalla Pohjoismaissa ja muilla valituilla markkina-alueilla*. Tästä huolimatta materiaallinen prosessi *turvata* jättää auki sen, kuinka kasvu tekstinulkoisessa todellisuudessa taataan. Tekstiin kirjoituvassa todellisuudessa kerrotaan suunnitelma vastaanottajalle ylimalkaisesti. Materiaalilla prosessilla *turvata* saadaan kuitenkin yhdistettyä kaksi asiaa: yhtiö ja kasvu.

Yhtiö ja kasvu saadaan yhdistettyä myös seuraavassa esimerkissä.

- (51) Ramirent *keskittyy* kannattavaan *kasvuun* ja pääoman kustannukset ylittävään kestäväan tuottoon. *Kasvu* edellyttää asiakkaiden tarpeisiin vastaamista, mihin tarvitaan kapasiteetin lisäämistä ja vuokralaitteiston tehokasta hallintaa. (RA)

Esimerkissä (51) on kyseessä mentaalinen prosessi *keskittyy*. Sinänsä sitä on vaikea mieltää mentaaliseksi prosessiksi, koska toimija tai aistija *Ramirent* ei ole inhimillinen. Tämä todentaa sitä, että strategiatekstin tulevaisuusdiskurssin todellisuudessa yhtiö inhimillistetään: se turvaa kasvun, hakee kasvua ja *keskittyy kasvuun*. Keskittymisen kohteena on nominilauseke *kannattava kasvu*. Lähes jokainen ihminen tietää käytännössä, mitä keskittyminen on, mitä se vaatii ihmiseltä. Suomen kielen perussanakirja (1990) kertoo, että keskittyä tarkoittaa ”suunnata huomionsa, ajatuksensa, tarmonsia kokonaan johonkin, syventyä tai paneutua”. Kokonaista yhtiötä on vaikea nähdä keskittyvän sen kirjaimellisessa merkityksessään, joten tällä prosessilla luodaan vastaanottajalle tietynlaista mielikuvaa yhtiöstä. Keskittymisen kohde on hyvin oleellinen osa tätä prosessia. Keskittyminen kohdistuu aina johonkin. Kohteeksi olisi voitu valita jokin toinen merkityksellinen tarkoite, esimerkiksi *Ramirent keskittyy asiakkaisiin* tai *Ramirent keskittyy vuokralaitteiston hallintaan*. Näin ei ole kuitenkaan tehty, vaan kohteeksi on valittu *kannattava kasvu*. Kasvu on haluttu nostaa merkitykselliseksi asiaksi tässä tilannekontekstissa.

Se, miten tämä mentaalinen prosessi käytännössä toteutuu, mitä keskittymisellä kasvuun tarkoitetaan, kerrotaan esimerkin toisessa lauseessa *Kasvu edellyttää asiakkaiden tarpeisiin vastaamista*. Kasvusta tulee käyttäytymisen prosessin *edellyttää* käyttäytyjä, vaatija. Kasvusta tehdään tässä inhimillinen, olemassa oleva tarkoite, joka vaatii toteu-

tuakseen asiakkaiden tarpeisiin vastaamista. Miten asiakkaiden tarpeisiin vastataan ja sitoutuuko yhtiön työntekijät siihen, jää tässä tilannekontekstissa kertomatta. Kasvun ja asiakkaiden yhteys todetaan, mutta konkreettisia toimia ei kerrota. Näin ollen koko lause jää kuin toteamuksena leijumaan ilmaan. Tämä vahventaa suunnittelijan ja positiivisten asioiden viestijöiden roolia tekstissä.

### 6.3 Kasvu epäsuorasti

Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssissa esiintyy *kasvaa* verbi infinitiivinä ja partisiipina yhteensä viisi kertaa. Tästä ovat esimerkit (43) ja (44).

- (52) Vacon *haluaa kasvaa* kannattavasti ja huomattavasti alan keskimääräistä kasvua nopeammin. (V)
- (53) Atria *pyrkii kasvamaan* yritykseksi, jossa kansainvälisen toiminnan osuus on vähintään 50 prosenttia liikevaihdosta. (AT)

Esimerkissä (52) on kyseessä mentaalinen prosessi, joka ilmaisee sisäistä tahtoa. Se ilmaistaan predikaattiverbillä *haluaa*. Hakulisen ym. (2004: 462, 1501) mukaan *haluta* on intentioverbi, joka ilmaisee ihmisen suhdetta tai asennetta mahdolliseen toimintaansa. Lauseen objektina eli haluamisen kohteena on *kasvaa*, joka on A-infinitiivi. Oleellista tässä on, että kasvua ei sanota varmaksi, eikä sitä luvata, vaan se ilmaistaan tahtotilaksi. Lauseessa tuodaan esille, mitä yhtiö haluaa, mihin se pyrkii.

Esimerkissä (53) on kysymys myös mentaalisestä prosessista, joka ilmaistaan predikaattiverbillä *pyrkii*. Suomen kielen perussanakirja (1992) määrittelee pyrkiä verbin seuraavanlaisesti: ”tavoitella toiminnallaan, käytöksellään tai muulla sellaisella jotakin päämäärää tai tulosta”. Lauseen objektina ja pyrkimisen kohteena on kasvu tietynlaiseksi yritykseksi. Tämä ilmaistaan 3. infinitiivin illatiivimuodolla *kasvamaan*.

Mentaaliset prosessit mahdollistavat sen, että yhtiön sisäisiä tunteja ja pyrkimyksiä tuodaan esille. Toimijoina, lauseiden subjekteina, edellä olevissa esimerkkien prosessissa on Vacon ja Atria eli yhtiöt. Talousteksteille ominaisesti yhtiöt on inhimillistetty. Stra-

tegiatekstiin ei kirjoitetaudu, ketä tarkoitetaan, kun puhutaan Vaconista tai Atriasta. Ke-  
nen haluamista ja pyrkimistä tarkoitetaan? Vaikka yhtiö on nimetty ja inhimillistetty, ei  
se voi kuitenkaan olla ajatteleva. Tekstinulkoisessa maailmassa yhtiöiden päätösten ta-  
kana seisovat yhtiön hallitus ja johtajat. Jos johtajatasolla puhutaan halusta ja pyrki-  
myksestä, herää kysymys, kuinka halut ja pyrkimykset toteutetaan. Katse suuntautuu  
työntekijäportaaseen, jossa todellinen työ tehdään. Ovatko nämä samat halut ja pyrki-  
mykset myös työntekijöillä? Ovatko työntekijät sitoutuneet? Tekstiin kirjoittuvassa  
maailmassa yhtiöstä on tehty ajatteleva elin, jonka tahto on jokaisen työntekijän, johta-  
jan ja hallituksen jäsenen yhteinen tahto.

Esimerkissä (54) näkyy finiittiverbin *kasvattaa* käyttö.

- (54) Kustannustoimintaa *kasvatetaan* orgaanisesti ja yritysostojen kautta  
sekä tulorakennetta monipuolistamalla. (TA)

Esimerkin (54) predikaattiverbi *kasvatetaan* muodostaa materiaalisen prosessin. Siinä  
on aavistus mentaalista puolta ja toisaalta käyttäytymisenkin puolta. Tulkitsen prosessin  
kuitenkin materiaaliseksi prosessiksi. Verbi on passiivissa, joten tekijä eli toimija jää  
tekstin todellisuudessa pimementoon. Tekijä voidaan kuitenkin implisiittisesti nähdä yhti-  
öksi. Kasvattamisella tässä yhteydessä tarkoitetaan lisäämistä ja suurentamista. Lisää-  
minen kohdistuu johonkin ja tässä esimerkkilauseessa kohteeksi kirjoittuu *kustannus-*  
*toiminta*. Lauseessa on myös kerrottu tapa, kuinka kustannustoimintaa kasvatetaan *or-*  
*gaanisesti ja yritysostojen kautta sekä tulorakennetta monipuolistamalla*. Lauseessa on  
kerrottu prosessin vaatima tapa, mutta tilannekontekstissa tyydytään luettelemaan tutut  
kasvamisen tavat: orgaanisesti, yritysostoin ja tulorakennetta monipuolistamalla. Todel-  
liset tavat ja teot jätetään kokonaan mainitsematta.

Esimerkissä (54) on mielenkiintoista myös verbivalinta. Verbiksi olisi voitu valita *kas-*  
*vaa*, jolloin lause olisi kuulunut *Kustannustoiminta kasvaa orgaanisesti ja yritysostojen*  
*kautta sekä tulorakennetta monipuolistamalla*. Tässä tilanteessa prosessi olisi ollut ek-  
sistentiaalinen, ja kasvaminen olisi ollut dynaamisempaa: lähes luvattua. *Kasvatetaan*  
käyttäytymisen prosessina on kevyempi vaihtoehto kuin *kasvaa*.

### 6.3 Kasvu yhdyssanassa

Kasvu esiintyy myös yhdyssanan osana. Tästä ovat esimerkit (55) ja (56).

- (55) Tavoitteena on hallita uusien alkuperälääkkeiden myyntiluvat ja hinnoitteluproseduuri Euroopan laajuisesti itse, sillä parhaat pitkän aikavälin *kasvumahdollisuudet* nähdään alkuperälääkkeissä. (O)
- (56) Energian kulutus lisääntyy kaikkialla maailmassa, joten sektori tarjoaa jatkossakin hyvät *kasvumahdollisuudet*. (P)

Molemmissa edeltävissä esimerkeissä esiintyy sana *kasvumahdollisuudet*. Kyseessä on määrittelyyhdyssana, jonka alku eli määriteosa on nominatiivissa. Määriteosa, joka tässä tapauksessa on *kasvu*, luonnehtii edusosaa eli sanaa *mahdollisuudet*. (Hakulinen ym. 2004: 396, 397.) Yhdyssana *kasvumahdollisuus* voitaisiin avata esimerkiksi muotoon *mahdollisuudet kasvuun*. Yhdyssanana se tarkoittaa mahdollisuutta kasvuun. Esimerkin (55) toisen lauseen prosessina on mentaalinen prosessi *nähdään*. Se on passiivissa, joten aistijaa ei suoranaisesti nimetä. Aistimuksen eli prosessin kohteeksi kirjoittuu nominilauseke *parhaat pitkän aikavälin kasvumahdollisuudet*. Esimerkin (56) toisen lauseen prosessina on hyvin abstrakti materiaalinen prosessi *tarjoaa*. Prosessin toimijana on *sektori* ja kohteena on nominilauseke *hyvät kasvumahdollisuudet*.

Yhdyssanan käyttö merkityspotentialista luo mahdollisuuden määritellä selkeästi *kasvumahdollisuutta*. Paino on sanalla kasvu. Jos yhdyssana avattaisiin sanaliitoksi, eivät määritteet kohdistuisi niin suoranaisesti enää sanalle kasvu, vaan painotus olisi sanalla mahdollisuus. Esimerkkilause voisi kuulostaa seuraavanlaiselta *joten sektori tarjoaa jatkossakin hyvät mahdollisuudet kasvuun*. Määritteiksi on valikoitunut arvottavat adjektiiviattribuutit: *parhaat* ja *hyvät*. Ensimmäisessä esimerkissä käyttäytymisen prosessin aistija määrittelee kuvainnollisesti omin silmin ja omin mielipitein kasvumahdollisuuksia. Tekstinulkoisessa todellisuudessa nämä aistijat ovat yhtiön johtohenkilöitä. Yhtäläillä toisessa esimerkissä arvottava määritelmä *hyvät* on tekstiin kirjoittuvan tietäjän roolin mielipide. Näitä voidaan pitää siten interpersoonaisina metaforina. Kyseessä ei ole totuus, vaan yhtiön näkemys asiasta.

Interpersoonainen metafora nousee esille myös esimerkissä (57).

- (57) Myös Itä-Euroopan *kasvavat markkinat* ovat Lemminkäisen rakennuspalveluille *tulevaisuuden kasvualueita*.

Esimerkissä (57) on kyseessä relationaalinen prosessi, jonka muodostaa *olla* verbi. Tarkemmin sanottuna kyseessä identifioiva samuuslause, jossa nominilauseke määrittelee toista nominilauseketta. Tässä esimerkissä *tulevaisuuden kasvualueita* määrittelee nominilauseketta *kasvavat markkinat*. *Kasvavat markkinat* voidaan nähdä interpersoonaisena metaforana. Tekstin tilannekontekstissa merkityspotentialista on valikoitunut monikon 1. partisiippi *kasvavat*. Se ei kuitenkaan heijasta kaiken maailman totuutta, vaan sitä totuutta, joka kirjoittuu strategiatekstin tulevaisuusdiskurssiin. Yhtiö itse näkee markkinat jollakin tavalla, ja *kasvavat* kuvaa sitä, mitä he haluavat vastaanottajalle viestiä. Lause olisi yhtä ymmärrettävä ilman määritettäkin.

Esimerkin (57) toisen nominilausekkeen pääsanana on yhdyssana *kasvualueita*. Määrittelyyhdyssanan määriteosana on sana *kasvu*. Tämä voidaan ajatella alueeksi, joka kasvaa. Relationaalisen prosessin avulla on saatu identifioitua *Itä-Euroopan kasvavat markkinat*. Identifioijaksi on valikoitunut positiivista mielikuvaa herättävä yhdyssanan *kasvualue*, jossa paino on sanalla *kasvu*. Identifioijana olisi voinut olla esimerkiksi sana *kohde*, mutta niin ei ole valittu. Yhdyssanaa määrittää genetiiviattribuutti *tulevaisuuden*, jolla nimensä mukaisesti viitataan tulevaisuuteen. Relationaalinen prosessi, tarkemmin identifioiva samuuslause, yhdessä interpersoonaisen metaforan ja määritteellisen yhdyssanan kanssa muodostavat yhtiön tulevaisuudesta valoisan, eteenpäin menevän ja kasvua tuottavan mielikuvan. Tulevaisuusdiskurssin Kasvun maailman rekisterissä hyödynnetään interpersoonaista metaforaa ja yhdyssanoja luomaan kuvaa kasvavasta yhtiöstä.

## 7 MUUTOKSEN MAAILMA

Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssiin kirjoittuu Muutoksen maailma, joka rakentuu materiaalisista prosesseista. Materiaaliset prosessit eivät kuitenkaan ole selkeästi tekemistä ilmaisevia, vaan niissä on myös eksistentiaalisista ja käyttäytymisen prosessin ulottuvuutta. Prosesseissa tehdään jotakin, mutta ominaista näille prosesseille on, että ne kuvaavat jonkin olemassa olevan tarkoitteen jonkinlaista muuttumista tai muuttamista. Finiittimuotoisina ne ovat *parantaa*, *vahvistaa*, *lisätä*, *vähentää*, *pienentää* ja *karsia*. Yhteensä näitä prosesseja esiintyy aineistossa 35 kertaa.

### 7.1 Muutos parempaan

Muutoksen maailmaa on yhtenä prosessina luomassa materiaallinen prosessi *parantaa*. Se esiintyy aineistossa finiittiverbinä kolme kertaa, infinitiivinä kuusi kertaa ja yhden kerran partisiippina. Esimerkeissä (58) ja (59) on kyse finiittiverbistä.

- (58) Taajuusmuuttajien käytettävyyttä *parannetaan* ohjausjärjestelmien automaatiota ja langatonta ohjausta kehittämällä. (V)
- (59) Talentum *parantaa* kannattavuuttaan keskittymällä ydinosaamisensa kustantamiseen ja informaatiopalveluiden tuottamiseen; ammattilaisille suunnattuun kustannustoimintaan ja sitä tukevaan suoramarkkinointiin. (TA)

Esimerkissä (58) materiaalisena prosessina on *parannetaan*. Se on passiivimuodossa, joten todellinen tekijä jää sanomatta. Implikoidusti tekijän voi ymmärtää yhtiöksi ja yhtiön tahtotilan kautta työntekijöiksi. Parantamisella tarkoitetaan sitä, että jokin tarkoite tehdään paremmaksi, sitä kohennetaan tai korjataan. (SKP 1992). Tässä yhteydessä prosessin kohde on nominilauseke *taajuusmuuttajien käytettävyys*. *Käytettävyys* on varsinainen parantamisen kohde, mutta sitä määritellään adjektiiviattribuutilla *taajuusmuuttajien*. Taajuusmuuttaja on yhtiön ydintuote, mutta parantaminen eli muutos kohdistuu sen käytettävyyteen. Tällä luodaan mielikuvaa kilpailukykyisestä yhtiöstä. Yhtiö haluaa erottua muista maailman taajuusmuuttajia valmistavista yhtiöistä nimenomaan tuotteen käytettävyyttä parantamalla. Esimerkissä kerrotaan myös tapa, kuinka käytettä-

vyöden parantaminen mahdollistuu: *kehittämällä*. Luvussa 6 olen käsitellyt *kehitystä* kielellisenä valintana ja merkityksenä.

Esimerkissä (59) materiaallinen prosessi ilmenee finiittiverbissä *parantaa*. Toimijaksi siihen kirjoittuu yhtiö omalla nimellään, *Talentum*. Parantamisen kohteena on *kannattavuus*. Koska finiittiverbi on indikatiivissa, se luo tässä tilannekontekstissa kuvaa maailmasta, jossa yhtiö varmasti parantaa kannattavuuttaan. Sitä ei ole ehdollistettu. Esimerkkilauseessa on kerrottu myös tapa, kuinka yhtiö parantaa kannattavuuttaan: *keskittymällä ydinosaamisensa kustantamiseen ja informaatiopalveluiden tuottamiseen*. Keskittyminen on tässä hyvin abstrakti käsite, kuten olen aikaisemmassa luvussa sitä käsitellyt. Tulevaisuusdiskurssissa ei siten kerrota, kuinka konkreettisesti parannetaan kohdetta. Parantaa on itsessään abstrakti käsite, ja lisäksi prosessin osallistujana tapa ilmaistaan abstraktilla prosessilla. Toisaalta yhtiö haluaa tuoda selväksi sen, että se ei hamuile muita toimintoja, vaan pitäytyy sen ydinliiketoiminnassa. Molemmissa edellä olevissa esimerkeissä kohteet, *käytettävyyttä* ja *kannattavuutta*, ovat partitiivissa. Sijamuotovalinta luo mielikuvaa tapahtuman jatkumisesta.

Materiaallinen prosessi *parantaa* esiintyy myös nominaalimuotona seitsemän kertaa. Esimerkeissä (60) ja (61) se on osallistujana relationaalisessa prosessissa.

- (60) Strategian kantavana ajatuksena tulevalla katsauskaudella on kannattavuuden *parantaminen* ja konsernin tehokkuuden lisääminen kilpailukyvyn varmistamiseksi. (AL)
- (61) Tärkeintä vuosina 2008–2009 on kilpailukyvyn ja kannattavuuden merkittävä *parantaminen*. (AL)

Edellä olevissa esimerkkilauseissa on kysymys relationaalisesta prosessista. Ne ovat identifioivia samuuslauseita. Esimerkissä (60) strategian kantavaa ajatusta identifioi nominilauseke *kannattavuuden parantaminen*. Kannattavuuden parantaminen määritellään strategian pohjaksi. Esimerkissä (61) hyödynnetään samoin identifioivaa lausetta. *Kilpailukyvyn ja kannattavuuden merkittävä parantaminen* identifioi sitä, mikä on *tärkeintä vuosina 2008–2009*. Molemmissa esimerkeissä nominaalimuotoa *parantaminen* edeltää genetiiviattribuutti *kannattavuuden*. Jälkimmäisessä esimerkissä lisänä on vah-



vistussana *merkittävä*. Relationaalisen prosessin avulla on mahdollista tuoda esille kannattavuus ja sen parantaminen. Sitä ei kuitenkaan kerrota, kuinka se toteutetaan, vaan se on tekstintodellisuudessa kirjoitettu tulevaisuuden tavoitteeksi ja todetuksi asiaksi. Todellisuudessa toteutumistapa voi merkitä tehtaan lakkauttamista, irtisanomisia, lomautuksia tai muuta negatiivista. *Parantaa* kätkee taakseen paljon asioita, jotka voivat olla negatiivisia ja joita ei tässä rekisterissä haluta tuoda esille. Tässä vahvistuu kertojan ja positiivisten asioiden viestijärooli.

Kielellinen valinta voi olla myös mentaalinen prosessi, kun puhutaan kannattavuuden parantamisesta, kuten näkyy esimerkissä (62)

- (62) Ainesosien liikevaihdon arvioidaan kasvavan ja kannattavuuden *paranevan*. (RAI)

Esimerkin (62) finiittiverbi *arvioidaan* on mentaalinen prosessi. Se on tilannekontekstille hyvin ominaisesti passiivimuodossa. Prosessin kohde eli objekti, johon tässä tilanteessa kiinnitän huomion on *kannattavuuden paranevan*. Se on referatiivimuoto, partitiippipohjainen -vAn-tunnuksen sisältävä muoto (Hakulinen ym. 2004: 531). Se voitaisiin muuttaa myös *että*-sivulauseeksi *Arvioidaan, että ainesosien liikevaihto kasvaa ja kannattavuus paranee*. Tässä tilanteessa referatiivimuoto voidaan tulkita siten, että se on alkanut aiemmin kuin hallitseva verbin, mutta jatkuu edelleen. Tilannekontekstissa halutaan tuoda esille se, että kannattavuus ja erityisesti sen paraneminen on seurannan kohteena. Toisaalta kuka tahansa voi arvioida positiivisia asioita: se ei ole lupaus.

Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssin muutoksen maailmassa tehdään jotakin, jotta jokin parantuisi. Tämä näkyy esimerkissä (63).

- (63) – –, kun suurimpien päämiestemme hallintaa systematisoidaan palvelun ja tehokkuuden *parantamiseksi*. Altian johtotiimi keskittyy strategiaan kysymyksiin ja sisäisen yhteistyön kehittämiseen kokonaistehokkuuden *parantamiseksi*. (AL)

Esimerkissä (63) esiintyy *parantamiseksi* nominaalimuotona kaksi kertaa. Lauseet on mahdollista muuttaa *jotta*-sivulauseiksi. Esimerkin viimeinen lause voitaisiin kirjoittaa

*Altian johtotiimi keskittyy strategiaan kysymyksiin ja sisäiseen yhteistyön kehittämiseen, jotta kokonaistehokkuus paranisi.* Yhtiö tekee jotakin, jotta *palvelu, tehokkuus* ja *kokonaistehokkuus* paranisivat; se olisi seurausta jostakin. Mitä yhtiö sitten tekee? Yhtiö systematisoi suurimpien päämiestensä hallintaa ja johtotiimi keskittyy strategiaan kysymyksiin ja sisäisen yhteistyön kehittämiseen. Materiaaliset prosessit ovat hyvin abstrakteja tässä yhteydessä, eikä vastaanottajalle selviä, mitä yhtiö todellisuudessa tekee, jotta toivotut seuraukset tapahtuisivat.

Hyvin samanlainen tilanne on seuraavassa esimerkissä, jossa *parantaminen* on prosessin tapa tai keino.

- (64) Samoin logistiikan ja jakelun kehittämistä jatketaan sekä kulujen pienentämisellä että jakelukattavuuden *parantamisella*.

Esimerkissä (64) nominaalilauseke *jakelukattavuuden parantamisella* kertoo, kuinka materiaalista prosessia *jatketaan* toteutetaan. Se merkitsee tässä lauseyhteydessä tapaa *siten, että jakelukattavuutta parannetaan*. Kun nominaalimuoto avataan eli muutetaan se kongruenttiin muotoon, saadaan huomata, kuinka se on hyvin tyhjä kielellinen valinta. Mitä tahansa voidaan sanoa parannettavan, mutta jos ei ole esittää käytännön toimenpiteitä, jää parannus vain sanoiksi. Myös toimija näkyy vain implisiittisesti. Vaikka nominaalimuoto on tyhjä, on se tarkoituksella nostettu merkityspotentialista: tässä tilannekontekstissa se riittää. Yhtiö tietää keinonsa ja toimintatapansa, mutta niitä ei ole tässä tilannekontekstissa tarkoituksenmukaista selvittää.

## 7.2 Muutos lisäykseen

Muutoksen maailman toinen osa koostuu materiaalisista prosesseista *lisätä* ja *lisääntyä*. Materiaalinen prosessi kirjoittuu tekstiin finiittiverbinä neljä kertaa ja inkongruentisti kolme kertaa. Eksistentiaalinen prosessi *lisääntyä* esiintyy aineistossa kolme kertaa ja on osaltaan luomassa tätä maailmaa. Esimerkeissä (65) ja (66) tekstiin kirjoittuu maailma, jossa jotakin halutaan lisätä.

- (65) Panostuksia *lisätään* erityisesti online-liiketoimintaan sekä sisältömyyntiin. (TA)
- (66) – – tavoitteena olevaa viiden prosentin liikevoittotasoa ei kuitenkaan arvioida saavutettavan, sillä markkinointipanostuksia *lisätään* ja uutuustuotelanseerauksia sekä uusille markkina-alueille etenemistä valmistellaan. (RAI)

Edellä olevissa esimerkeissä materiaallinen prosessi ilmenee finiittiverbissä *lisätään*. Finiittiverbi on taasen passiivimuodossa, mutta passiivin takana oleva toimija nähdään yhtiöksi. Lisäämisen kohteena esimerkissä (65) on *panostuksia* ja esimerkissä (66) *markkinointipanostuksia*. Nämä kohteet voidaan nähdä myös inkongruenttina muotona verbistä *panostaa*. Ensimmäinen esimerkkilause olisi voitu ilmaista kongruenttisesti *Eri-tyisesti panostetaan online-liiketoimintaan sekä sisältömyyntiin*. Prosessiksi on kuitenkin nostettu merkityspotentialista *lisätä*. Se luo huomattavasti dynamisempaa kuvaa yhtiöstä ja sen strategisista toimista. Yhtiö haluaa lisätä panostusta, eli esimerkiksi varoja, sen valittuihin liiketoimintoihin ja markkinointiin. Koska kyseessä on materiaallinen prosessi *lisätä*, annetaan sillä ymmärtää, että yhtiö on jo panostanut näille alueille, mutta strategiana on vielä enemmän panostaa alueisiin. Sanana panostus on kuitenkin epä määräinen. Se kätkee metaforisesti paljon asioita taakseen. Yhtiö ei tässä tilannekontekstissa kerro, onko kyse rahasta, mistä rahamäärästä, työvoimasta, vai onko todellisuudessa kyse mistään. Jos kyse olisi rahasta, voisi panostuksena olla yksi euro. *Panostus* sanalla yksikin euro saadaan kuulostamaan merkittävältä.

Tulevaisuusdiskurssissa materiaallinen prosessi *lisätä* on myös keino kertoa positiivisesta asiasta, kuten näkyy esimerkeissä (67) ja (68).

- (67) Maailmanlaajuinen verkosto ja paikallinen tuotanto yhdessä *lisäävät* Vaconin houkuttelevuutta. (V)
- (68) Liiketoiminnan joustavuuden varmistamiseksi ja hyvien asiakassuhteiden ylläpitämiseksi Lemminkäisen alueellisilla yksiköillä on riittävästi toimivaltaa. Tämä *lisää* henkilöstön vastuuta, mutta myös motivaatiota ja sitoutuneisuutta. (L)

Esimerkkien (67) ja (68) materiaaliset prosessit ilmaistaan finiittiverbeillä *lisäävät* ja *lisää*. Toimijoina näissä prosesseissa ei ole inhimillinen toimija, eikä myöskään diskurs-

sille ominaisesti yhtiö. Ensimmäisessä esimerkissä toimijana on *maailmanlaajuinen verkosto ja paikallinen tuotanto yhdessä*. Tämä nominaalilauseke kuvaa yhtiön vahvuuksia: yhtiöllä on yhteyksiä maailmanlaajuisesti ja tuotanto on kuitenkin paikallista. Yhtiön näkee tämän niin suurena vahvuutena, että se uskoo edellä mainittujen asioiden lisäävän *Vaconin houkuttelevuutta*. Kenelle on oleellinen tieto, että yhtiö on houkutteleva? Se on oletetulle vastaanottajalle: omistajalle, tulevalle sijoittajalle tai muulle sidosryhmälle. Se on sitä jo nyt, mutta tilannekontekstissa halutaan vielä erikseen mainita, että jotkin asiat *lisäävät* houkuttelevuutta.

Esimerkissä (68) prosessin toimijana on demonstratiivipronomini *tämä*. Pronomini kuitenkin viittaa edellä olevaan lauseeseen, jossa kerrotaan yhtiön alueellisilla yksiköillä olevan riittävästi toimivaltaa, jotta joustavuus toimii ja asiakassuhteet säilyvät. Tämä on kerrottu hyvin positiivisessa hengessä. Se, että alueellisilla yksiköillä on riittävästi toimivaltaa lisää kuitenkin henkilöstön vastuuta. Tämä voidaan nähdä myönteisenä tai aavistuksen kielteisenä asiana, mutta lausetta jatketaan välittömästi lisäyksellä *mutta myös motivaatiota ja sitoutuneisuutta*. Tässä yhtiö haluaa tuoda henkilöstön sitoutuneisuuden ja motivoituneisuuden esille. Henkilöstö on nyt jo tätä kaikkea, mutta nyt nämä ominaisuudet lisääntyvät. Ilman henkilöstöä, erityisesti ilman motivoitunutta ja sitoutunutta henkilöstöä, ei yhtiö tuota tulosta.

Edellä olevat esimerkit ovat luonteeltaan kuin totuuksia. Sitä ne eivät kuitenkaan ole, sillä ne ovat vain yhtiön toteamuksia ja näkemyksiä asioista. Yhtiön näkemyksen mukaan nämä todetut asiat lisäävät jotakin. Tilannekontekstissa merkityspotentialista on valikoitunut tähän tilannekontekstiin yhtiön hyvässä valossa näyttäviä asioita. Maailmanlaajuinen verkosto ja paikallinen tuotanto yhdessä voivat lisätä monia ongelmatilanteita, tuottaa lisäkustannuksia tai muuta negatiivista. Yhtäläillä henkilöstö ei välttämättä motivoitu ja sitoudu, vaan kokee tilanteen ahdistavana ja lamaannuttavana. Nämä asiat eivät kuitenkaan valikoidu tähän diskurssiin tässä tilannekontekstissa, vaan jokin yhtiön ominaisuus lisää jotakin, joka vaikuttaa yhtiön menestykseen ja tulokseen positiivisesti.

Eksistentiaalinen prosessi *lisääntyä* mahdollistaa yhtiön toimintaan vaikuttavien asioiden esille tuonnin. Tämä näkyy esimerkistä (69).

- (69) Energian kulutus *lisääntyy* kaikkialla maailmassa, joten sektori tarjoaa jatkossakin hyvät kasvumahdollisuudet. (P)

Yhtiö toimii energiasektorilla. Esimerkissä (69) tuodaan esille eksistentiaalisen prosessin kautta, että *kulutus lisääntyy*. Tekstiin kirjoittuvassa todellisuudessa kulutusta on jo olemassa, mutta nyt se lisääntyy vielä entisestään. Olemassa olevaa tarkoitetta eli *kulutusta* edeltää genetiiviattribuutti *energian*. Koska yhtiö toimii energiasektorilla eli tuottaa omalla tavallaan kuluttajille energiaa, on tässä tilannekontekstissa mahdollisuus korostaa kulutusta nimenomaan energian kulutukseksi. Vastaanottajalle luodaan todellisuutta, että yhtiötä ja sen palveluja todella tarvitaan. Prosessin olosuhteena on paikka *kaikkialla maailmassa*. Merkitykseltään se on hyvin ympäröivä ilmaus, jonka avulla luodaan tunnetta siitä, että yhtiön palveluja tarvitaan ja tullaan tarvitsemaan kaikkialla maailmassa. Yhtiön menestys on taattu, kuten asia ilmaistaankin esimerkin sivulauseessa.

### 7.3 Muutos vahvemäksi

Muutoksen maailmaa rakentaa osaltaan myös materiaallinen prosessi *vahvistaa*, joka esiintyy finiittiverbinä neljä kertaa ja inkongruentisti kerran, kuten esimerkeissä (70) ja (71) näkyy.

- (70) TB Wood'sin taajuusmuuttajaliiketoiminnan ostolla Vacon *vahvistaa* läsnäoloaan Pohjois-Amerikan markkinoilla, jolloin nykyisiä ja potentiaalisia asiakkaita voidaan palvella siellä entistä paremmin tulevaisuudessa. (V)
- (71) Orion *vahvistaa* edelleen läsnäoloaan Euroopassa. (O)

Esimerkeissä (70) ja (71) esiintyy materiaallinen prosessi vahvistaa finiittimuotoisena verbinä. Sen kohteena on molemmissa esimerkeissä *läsnäoloaan*. Prosessin paikaksi kirjoittuu yhtiön markkina-alueet: Pohjois-Amerikka ja Eurooppa. Molemmissa esimerkeissä toimijana on yhtiö, *Vacon* ja *Orion*. Materiaallinen prosessi *vahvistaa* luo tässä kontekstissa kuvaa menestyvästä, markkinoita yhä enemmän hallitsevasta yhtiöstä. Täl-

laisessa yhteydessä on mahdollisuus korostaa toimijaa, kun toimijaksi valitaan yhtiön nimi. Yhtiön nimi ja menestystä luova asia yhdistyvät. Mahdollista olisi valita merkityspotentialista vain sana *yhtiö* tai ilmaista finiittiverbi passiivina, kuten talousteksteille on ominaista. Silloin halutun sanoman vaikutus ei olisi yhtä tehokas.

Materiaalinen prosessi *vahvistaa* on tässä tilannekontekstissa verbinä abstrakti. Jos sanomme jalkapallo-ottelussa, että Suominen vahvistaa joukkuetta, tai rakennusmaalla sanomme, että teräspalkki vahvistaa tasannetta, ymmärrämme suurin piirtein, mikä on vahvistuksen vaikutus tai voima. Tässä tilannekontekstissa ei voida käytännössä mitata tai tietää, kuinka paljon läsnäolo vahvistuu. Se, että läsnäolo vahvistuu, on enemmänkin tunne tai haluttu tapahtuma tai toive. Prosessin kohteena oleva *läsnäolo* on myös abstrakti ilmaus. Se voidaan ilmaista kongruentisti *olla läsnä*. Mitä tarkoittaa, jos yhtiö on läsnä Pohjois-Amerikassa tai Euroopassa? Ihmisen läsnäolo on ymmärrettävää, mutta ihminen tuskin voi vahvistaa läsnäoloaan muuta kuin mentaalisesti. Yhtiön läsnäolo tarkoittanee sitä, että yhtiöllä on tietyllä toimintasektorilla tai markkina-alueella palvelua tai oma asiakaskunta. Abstraktiudesta huolimatta materiaalinen prosessi *vahvistaa* on kielellisenä valintana yhtiön edun mukainen.

Abstraktinen merkitys korostuu myös seuraavassa esimerkissä.

(72) Vaconin brändiä *vahvistetaan*.

Esimerkissä (72) materiaalinen prosessi on finiittimuodossa vahvistetaan. Prosessin kohteena on nominilauseke *Vaconin brändiä*. *Brändiä* on pääsana, jota genetiiviattribuutti *Vaconin* määrittelee. Esimerkkilauseen kielelliset valinnat kertovat totuutena, että Vacon on brändi – brändi on jo olemassa. Mitä brändillä tarkoitetaan tässä yhteydessä? Brändiksi ei synnytä, vaan se täytyy luoda. Siihen liittyy monia elementtejä, kuten tuotemerkki, yrityksen imago ja tunnettuus. Finiittiverbi on passiivimuodossa, joten toimijaa, brändin vahvistajaa ei eksplisiittisesti kerrota. Voidaan vain epäsuorasti päätellä ainakin markkinointi- ja viestintähenkilöstön vaikuttavan työllään brändin vahvistamiseen. Tekstiin kirjoittuvassa todellisuudessa todetaan, että strategisena valintana brändiä vahvistetaan. Mitä vahvistaminen käytännössä on ja kuinka se tehdään, jää tilannekon-

tekstissä kertomatta. Tässä kuitenkin halutaan tuoda esille brändin olemassa, mikä kertoo vastaanottajalle, että hän lukee merkittävän yhtiön strategiatekstiä – ei minkä tahansa yhtiön.

Materiaalisen prosessin *vahvistaa* toimijana voi olla myös epäinhimillinen tarkoite. Tämän osoittaa esimerkki (73).

- (73) Yhteistyön syventäminen keskeisten asiakkaiden ja kumppanien kanssa *vahvistaa* molempien osapuolten kykyä reagoida markkinoiden muutoksiin sekä laajentaa omaa osaamista. (RAI)

Materiaalinen prosessi *vahvistaa* rakentuu tekstiin finiittiverbin kautta. Prosessin toimijana on suhteellisen pitkä nominilauseke *yhteistyön syventäminen keskeisten asiakkaiden ja kumppanien kanssa*. Jokin epäinhimillinen tarkoite siis vahvistaa tässä jotakin. Nominilausekkeen pääsana on *syventäminen*, jota määrittelee genetiiviattribuutti *yhteistyön*. Infinitiivimuodossa *syventäminen* voidaan nähdä prosessi *syventää*. Miten yhteistyötä syvennetään asiakkaiden ja kumppanien kanssa? Mitä tehdään kun syvennetään yhteistyötä? Jokaisella yhtiöllä ja varmasti tekstin vastaanottajallakin on kysymykseen omat näkemyksensä, mutta yhtäkään niistä ei esitetä vastaanottajalle. Syventää merkitsee Suomen kielen perussanakirjan (1994) mukaan muun muassa tehostamista ja vahvistamista. Nämä synonyymiset verbit eivät muuta toimijaa konkreettisemmaksi.

Prosessin *vahvistaa* kohteena on nominilauseke *molempien osapuolten kykyä reagoida markkinoiden muutoksiin*. Jokin epäinhimillinen ja abstrakti tarkoite, *yhteistyön syventäminen*, vahvistaa inhimillistä piirrettä *kykyä reagoida*. Kuinka tekstiin kirjoittuva tietäjä tietää, millainen on osapuolten kyky reagoida markkinoiden muutoksiin. Yhtiö voi tuntea itsensä, mutta tuntee se asiakkaiden tai muiden kumppaneiden kykyä reagoida muutoksiin. Onko kumppaneilla edes tahtoa reagoida muutoksiin? Prosessi, toimija ja kohde ovat abstrakteja, ne eivät kerro konkreettista tietoa. Tässä tilannekontekstissa kuitenkin riittää, että materiaalinen prosessi *vahvistaa* kielellisenä valintana tuo esille yhteistyön olemassaolon ja sen vaikutuksen kykyyn reagoida markkinoiden muutoksiin – mitä se sitten käytännössä onkaan.

Materiaalinen prosessi *vahvistaa*, jota on käsitelty edellä, esiintyy transitiivisissa lauseissa. Eksistentiaalinen prosessi *vahvistua* ilmaisee muutosta. Tästä on esimerkki (74).

- (74) Näin kannattava kasvumme jatkuu ja asemamme Pohjoismaiden sekä Keski- ja Itä-Euroopan johtavana konevuokrausyrityksenä *vahvistuu*. (RAM)

Edellä olevan esimerkin prosessi on finiittiverbinä *vahvistuu*. Sitä voidaan pitää intran-sitiivisena verbinä, joka ilmaisee muutosta (Hakulinen ym. 2004: 452). Näin ollen sillä ei ole kohdetta, vaan jokin olemassa oleva muuttuu eli tässä tilanteessa vahvistuu. Olemassa olevaksi tarkoitteeksi kirjoittuu tekstiin nominilauseke *asemamme Pohjoismaiden sekä Keski- ja Itä-Euroopan johtavana konevuokrausyrityksenä*. Lausekkeen pääsana eli olemassa oleva on *asema*. Yhtiöllä on siis jo jonkinlainen asema markkinoilla. Essiivis-sä oleva VA-partisiippi *johtavana* kertoo, millainen asema on. Eksistentiaalinen proses-si kertoo, että yhtiön johtava asema vahvistuu. Näin ilmaistuna johtoaseman pitäminen, ja ennen kaikkea vahvistaminen, valituilla markkinoilla on yllättävän helppoa. Mitkä ovat esimerkiksi yhtiön konkreettiset toimenpiteet, mitä vaaditaan henkilöstöltä tai rahoittajilta, ei kerrota. Strategiategstin tulevaisuusdiskurssissa oleellisempaa on saada ilmaista tämä hetki johtavasta asemasta ja tulevaisuudesta, jossa johtava asema edelleen pysyy ja vielä vahvistuu.

#### 7.4 Muutos vähenemiseen

Muutoksen maailmaa rakentaa myös muutos, joka merkitsee jonkin vähentymistä. Se ilmaistaan materiaalisella prosessilla vähentää, joka esiintyy tulevaisuusdiskurssissa kaksi kertaa. Tämä ilmenee seuraavista esimerkeistä.

- (75) Toimiminen infrarakentamisessa, talotekniikassa ja rakennustuoteteo-lisuudessa *vähentää* konsernin riippuvuutta kotimaan uudisrakentami-sen kysynnästä ja sen vaihtelusta. (L)
- (76) Ramirentin tavoitteena on vankka taloudellinen asema, joka tuo toi-mintaan vakautta sekä *vähentää* riippuvuuttamme suhdannevaihteluis-ta ja ulkopuolisesta rahoituksesta. (RAM)



Esimerkin (75) materiaalisena prosessina on finiittiverbi *vähentää*. Samoin esimerkin (76) kolmannen lauseen finiittiverbi on materiaallinen prosessi *vähentää*. Molemmissa esimerkeissä kerrotaan toimija, joka ei ole inhimillinen. Toimijoina ovat *toimiminen infrarakentamisessa, talotekniikassa ja rakennustuoteteollisuudessa ja vankka taloudellinen asema*, johon viitataan relatiivipronominilla *joka*. Molempien prosessien kohteeksi kirjoittautuu riippuvuus: *konsernin riippuvuutta ja riippuvuuttamme*. Riippuvuus tarkoittaa Suomen kielen perussanakirjan (1992) mukaan ”epäitsenäisyyttä, johonkin sidoksissa oloa tai jonkin mukaan määräytyvyyttä”. Näin ollen riippuvuus jostakin ei ole positiivista. Jos riippuvuus vähenee, se on positiivista. Yhtiöiden riippuvuus vähenee *kotimaan uudisrakentamisen kysynnästä ja sen vaihtelusta sekä suhdannevaihteluista ja ulkopuolisesta rahoituksesta*. Edellä olevat asiat tuovat epävarmuutta yhtiön tulokseen ja toimintaan. Tässä tilannekontekstissa on nähty tarpeelliseksi tuoda esille se, että riippuvuus yhtiön toimintaan negatiivisesti vaikuttaviin tekijöihin vähenee.

Esimerkeissä (77) ja (78) on kyse myös yhtiön toimintaan ja tulokseen negatiivisesti vaikuttavien tekijöiden pienentämisestä tai karsimisesta.

- (77) Suurin osa kalustostamme voidaan siirtää markkinoilta toiselle paikallisen kysynnän mukaan. – – Tämä myös *pienentää* yli-investointien riskiä. (RAM)
- (78) Jatkossa taajuusmuuttajia voidaan muokata alueellisissa tuotekehityksiköissä paremmin paikallisiin vaatimuksiin sopiviksi. Näin parannetaan kilpailukykyä ja *karsitaan* tuotantokustannuksia. (V)

Esimerkin (77) toisen lauseen prosessi on materiaallinen ja se ilmaistaan finiittiverbillä *pienentää*. Toimijaksi siihen kirjoittuu edeltävä lause, johon viitataan demonstratiivipronominilla *tämä*. Prosessin kohteena on nominilauseke *yli-investointien riskiä*. Nämä kielelliset valinnat todentavat todellisuutta, jossa yhtiöllä on mahdollisuus yli-investointiin. Suomen kielen perussanakirjan mukaisesti (1992) *riski* merkitsee epäedullisen tapahtuman mahdollisuutta. Riski tiedostetaan, mutta sen yhteyden on merkityspotentiaalista valikoitunut prosessiksi *pienentää*.

Esimerkin (78) viimeisenä finiittiverbinä on *karsitaan*. Se on materiaallinen prosessi, jossa toimija on passiivissa. *Karsia* merkitsee tässä yhteydessä *supistaa* tai *vähentää*.

Prosessin kohteeksi kirjoittuu *tuotantokustannuksia*. Tapa, jolla tuotantokustannuksia karsitaan, kerrotaan esimerkin (78) ensimmäisessä lauseessa. Tuotantokustannukset vievät yhtiön rahaa, joten jos niitä voidaan vähentää, nähdään se tässä diskurssissa tarpeelliseksi kertoa. Se, kuinka paljon yli-investointien riski pienenee tai kuinka paljon tuotantokustannukset vähenevät, jätetään tilannekontekstissa kertomatta.

## 8 TULOKSET JA PÄÄTELMÄT

Tutkimukseni tavoitteissa lähdin liikkeelle kysymyksestä, mikä vuosikertomuksen strategiateksti on. Mitä ja mistä siinä puhutaan? Tavoitteenani oli selvittää vuosikertomusten strategiatekstin tulevaisuusdiskurssin ominaispiirteitä: millaisia kielellisiä valintoja strategiatekstin tulevaisuusdiskurssissa on tehty, ja millaisia viestijän rooleja ne tekstiin luovat. Tavoitteenani oli myös tutkia strategiatekstin tulevaisuusdiskurssiin rakentuvia maailmoja: Mistä tulevaisuusdiskurssissa puhutaan, mitä tehdään ja kuka tekee? Millaisin kielellisin valinnoin maailmat rakentuvat tekstiin ja mikä on niiden funktio? Tutkimukseni perustui tekstintutkimukseen, ja analysoin strategiatekstejä systeemifunktionaalisen kieliopin mukaisesti kielen interpersoonaisella ja ideationaalisella tasolla.

Tutkimukseni osoitti, että vuosikertomuksen strategiatekstiin kirjoittuu sille ominaisia kielellisiä valintoja, joita voidaan pitää rekisteripiirteinä. Strategiatekstissä nousee vahvasti esille puhe tulevaisuudesta, joten tulevaisuusdiskurssi on yksi sen rekisteripiirre, joka kielen tasolla toteutuu *preesensillä*, *futuurisilla verbi-ilmauksilla* ja *adverbiaaleilla*. Näillä kielellisillä valinnoilla luodaan tietäjän, kertojan ja suunnittelijan interpersoonaisia rooleja tekstiin.

Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssia rakennetaan *indikatiivilla*, eikä diskurssissa esiinny muissa moduksissa olevia lauseita. Se on kielellinen valinta, joka osaltaan luo varman ja velvoittavan viestijän interpersoonaista roolia tekstiin. Lisäksi tulevaisuusdiskurssin lauseet ovat lähes poikkeuksetta myöntölauseita. Myöntölauseissa tuodaan esille yhtiön näkökulmasta katsottuna vain positiivisia asioita esille, vaikka niissä olisi mahdollisuus nostaa esille kielteisiäkin asioita. Kielteisissäkin lauseissa, joita aineistossani oli kaksi kappaletta, tuodaan yhtiön ja omistajien kannalta positiivinen asia esille. Nämä kielelliset valinnat vahvistavat tekstiin rakentuvia viestijärooleja: kertoja, tietäjä, ja suunnittelija. Sanat *varma*, *velvoittava* ja *positiivisten asioiden* voivat määritellä näitä viestijärooleja. Näin ollen vastaanottajaksi tekstiin kirjoittuu lukija, jolle halutaan antaa hyvä kuva yhtiön tulevaisuudesta ja suunnitelmista – osakkeiden omistaja, sijoitusta harkitseva tai rahoittaja.

Tutkimukseni osoitti myös, että vuosikertomusten strategiatekstin tulevaisuuskurssista on löydettävissä kielellisesti rakentuvia maailmoja. Tulevaisuuskurssista nousi esille selkeästi kolme maailmaa, jotka ovat Kehityksen maailma, Kasvun maailma ja Muutoksen maailma. Kehityksen maailma rakentuu materiaalisen prosessin *kehittää* ympärille. Ominaista on, että prosessi esiintyy enemmän *ideationaalisena metaforana, nominaalimuotona* kuin *finiittiverbinä*. Materiaalinen prosessi *kehittää* itsessään luo kuvaa jo meneillään olevasta tekemisestä, joka jatkuu myös tulevaisuudessa, mutta finiittiverbin yhteydessä kehittämistä voidaan korostaa aikaa ilmaisevalla adverbilla *jatkuvasti*. Ominaista on myös, että prosessin toimijoita ei nimetä, vaan käytetään passiivia tai yhtiön nimeä, kuten talousteksteille on ominaista. Kun prosessi *kehittää* ilmaistaan nominaalimuodossa, on sen tehtävänä ilmaista lauseessa jonkin toisen prosessin kohdetta, paikkaa tai tapaa. Prosessi, joka näissä tilanteissa saa finiittiverbin paikan, kuvaa abstraktia tekemistä, kuten esimerkiksi *keskittyä* ja *osallistua*.

Materiaalinen prosessi *kehittää* on tietoisesti valikoitunut merkityspotentialista tulevaisuuskurssiin. Sen avulla tekstiin kirjoittuvat viestijät luovat yhtiöstä positiivista kuvaa, vaikka kehittämisenellä voi olla negatiivisiakin vaikutuksia. Näitä negatiivisia asioita ei kuitenkaan tuoda millään tavoin esille tässä tilannekontekstissa. Viestijä ei yksityiskohtaisemmin ja tarkemmin voi tai halua kertoa, kuinka kehittäminen konkreettisesti tapahtuu. Tämä johtaa siihen, että kehittää prosessina jää vastaanottajalle hyvinkin abstraktiksi. Myös muille Kehityksen maailman materiaalisille prosesseille on ominaista, että ne eivät ole selkeästi perinteisiä materiaalisia prosesseja. Niitä voidaan nimittää abstrakteiksi, koska niiden avulla ilmaistaan tekemistä, mutta konkreettinen tekeminen jää eksplikoimatta. Tässä tilannekontekstissa vastaanottajan täytyä tyytyä abstraktiin tietoon.

Strategiatekstin tulevaisuuskurssin kehittämisen kohteiksi ovat valikoituneet asiat, jotka rakentavat yhtiön menestystä, tuottavuutta ja tulosta, kuten esimerkiksi *palvelukonseptit, liiketoimintamalli* sekä *tuotannon ja tukitoimintojen prosessien hallinta*. Jos näitä kohteita kehitetään, voidaan olettaa yhtiön kasvavan ja tuottavan tulosta. Kehittämisen kohteet ovat kuitenkin usein abstrakteja käsitteitä. Mitä todellisuudessa kehite-

tään, kun valittuja kohteita kehitetään? Tässä rekisterissä ei tuoda esille konkreettista kohdetta. Kielellisenä valintana ne luovat kuitenkin halutunlaista mielikuvaa yhtiöstä: innovatiivista ja dynaamista. Kehittämisen kohteeksi strategiatekstin tulevaisuusdiskurssissa ei valikoidu merkityspotentiaalista esimerkiksi työntekijöiden työolosuhteet, työilmapiiri tai hyvinvointi, vaikka näillä asioilla olisi suurestikin vaikutusta yhtiön menestykseen. Kehittämiselle on ominaista myös se, että prosessia ei suoriteta loppuun. Kohteet ovat partitiivimuodossa, mikä viestii sitä, että kohteiden kehitys on jatkuvasti työn alla – ainakin luodaan mielikuvaa siitä.

Strategiatekstin tulevaisuusdiskurssiin toiseksi maailmaksi rakentuu Kasvun maailma. Ominaista tälle maailmalle on, että eksistentiaalinen prosessi *kasvaa* ei esiinny tulevaisuusdiskurssissa finiittiverbinä yhtään kertaan, vaan kasvu ilmaistaan inkongruentisti. Kasvun maailmaa rakentaa myös materiaallinen prosessi *kasvattaa* finiittiverbinä. Koska *kasvaa* ei ole valikoitunut finiittiverbiksi, ovat muut prosessit ottaneet finiittiverbin paikan. Kielellisenä valintana relationaalinen prosessi, jossa nominaalimuoto *kasvu* on toisena osapuolena, antaa mahdollisuuden määritellä ja luonnehtia kasvua. Tämä määrittely tehdään attributiivisin samuuslausein. Tulevaisuusdiskurssissa *kasvu* määritellään usein abstraktilla käsitteellä *orgaaninen*. Missään tilanteessa kasvua ei määritellä kielteisillä tai epävarmoilla leksikaalisin valinnoin. Sitä ei myöskään määritetä selkein numeroin. Relationaalinen prosessi on tässä tekstilajissa turvallinen valinta. Indikatiivissa oleva eksistentiaalinen prosessi *kasvaa* merkitsisi vahvempaa varmuutta ja lupaa kasvusta kuin attributiivisin samuuslausein ilmaistu kasvu. Yhtäläillä materiaallinen prosessi *kasvattaa* on eksistentiaaliseen *kasvaa* prosessiin verrattuna kevyempi vaihtoehto. On eri asia sanoa *kustannustoiminta kasvaa orgaanisesti* kuin *kustannustoimintaa kasvatetaan orgaanisesti*.

Kasvu ilmaistaan myös materiaalisten ja mentaalisten prosessien kohteeksi, kuten *kiihdyttää*, *hakea*, *turvata* ja *keskittyä*. Näiden prosessin merkitys jää hyvin abstraktiksi, mutta niillä saadaan luotua halutunlaista mielikuvaa yhtiöstä: dynaaminen, voimakkaasti kasvava ja luotettava. Myös yhdyssana määritteineen on kielellinen resurssi, jolla voidaan viestiä myönteistä tulevaisuutta. Kyseessä on usein interpersoonainen metafora, jolla tuodaan viestijän näkemys asiasta esille, kuten *hyvät kasvumahdollisuudet*.

Kolmas vuosikertomuksen strategiatekstin tulevaisuusdiskurssiin rakentuva maailma on Muutoksen maailma. Kielellisesti se rakentuu materiaalisista prosesseista *parantaa, vahvistaa, lisää, vähentää, pienentää ja karsia*. Kuten tutkimukseni osoittaa, ovat strategiatekstin tulevaisuusdiskurssin materiaaliset prosessit yleensä hyvin abstrakteja verbejä – niin myös tämän maailman. Tämän maailman prosesseille on ominaista, että ne muuttavat jonkin tarkoitteen olemassaoloa. Prosessilla olisi mahdollista ilmaista muutoksen suunta, voima tai määrä konkreettisesti, mutta strategiatekstin tulevaisuusdiskurssissa sitä ei tehdä. Nominaalimuotoisina nämä prosessit antavat tilaa toisille prosesseille, jotka nekin ovat abstrakteja kielellisiä valintoja. Finiittiverbeinä ja nominaalimuotoina nämä prosessit luovat positiivista, myönteistä ja markkinoita johtavaa kuvaa yhtiöstä.

Edellä olen nostanut esiin tutkimukseni tulokset kielen tasolla. Niiden perusteella voidaan sanoa, että strategiatekstillä on ominaisia kielellisiä valintoja tässä tilannekontekstissa, ja ne voidaan nimetä rekisteripiirteiksi. Näin ollen vuosikertomuksen strategiateksti on yksi rekisteri. Kysymykseen, onko strategiateksti tässä tilannekontekstissa oma tekstilajinsa, en pysty tällä tutkimuksella vastaamaan – erityisesti, jos tekstilajilla tarkoitetaan tietyn merkityksellisin rakenteellisin kokonaisuuksin rakentuvaa tekstiä. Sen sijaan, jos tilannekontekstin nähdään luovan oma tekstilajinsa, voidaan strategiatekstin rekisteripiirteitä pitää myös tekstilajipiirteinä. Eri tilanteissa, rekistereissä, merkityspotentialista nostetaan esille sille rekisterille ominaiset kielelliset valinnat. Tilannekontekstissa teksteillä on omat merkityksensä. Jokainen teksti täyttää kielen avulla tavoitteellisen tehtävän. Tarvitaanko silloin erikseen rekisterin ja tekstilajin käsitettä? Kulttuurikonteksti on olennainen osa rekisteri- ja tekstilajiteoriaa, kun puhutaan tekstilajista. Mikä on sitten tutkimani strategiatekstin kulttuurikontekstia? Se voisi olla vuosikertomus, mutta tässä tutkimuksessa en ylety siihen. Se tarvitsisi oman tutkimuksensa. Nostan kuitenkin kulttuurikontekstin tässä yhteydessä esille. Ajattelen näin, että puhe strategiasta – strategiadiskurssi – on tavallaan oma kulttuurinsa. Se ei ole tekstilaji, mutta strategia realisoituu eri tilannekonteksteissa, jolloin realisoituminen saa omat kielelliset piirteet, rekisteripiirteet. Nämä rekisterit ovat strategian alalajeja. Näin ollen on olemassa eri rekistereitä puhua strategiasta, ja yksi niistä on vuosikertomuksen strategiateksti. Tämä on päätelmä, koska toki vaatisi oman tutkimuksensa tutkia strategiateks-

tejä eri tilannekonteksteissa: millaisia kielellisiä valintoja ne saavat ja mikä on niiden merkitys. Tutkimukseni on kuitenkin valottanut strategian realisoitumisen yhdessä tilannekontekstissa.

Tulosten perustella voidaan sanoa, että kieli on resurssi, jolla strategia luodaan. Kielellisillä valinnoilla on merkityksensä siihen, millainen teksti syntyy. Vuosikertomuksen strategiateksti viestii vastaanottajalle yhtiön tulevaisuudesta. Tässä tilannekontekstissa, ottaen huomioon vastaanottajat, on merkityksellistä viestiä yhtiön menestyksen kannalta tärkeiden asioiden kehittämisestä, kasvusta ja muutoksesta. Kielelliset valinnat osoittavat, että strategiatekstin tulevaisuuteen viittaavat asiat ja tekemiset ilmaistaan lähes poikkeuksetta varmoina toteamuksina. Merkityspotentiaalista nousevat myös keinot viestiä yhtiön menestyksen kannalta vain myönteisistä asioista. Vastaanottajiksi kirjoituvat näin osakkeiden omistajat, mahdolliset uudet sijoittajat, rahoittajat tai muut yhtiön menestyksen kannalta oleelliset sidosryhmät. Vuosikertomuksen strategiatekstin tulevaisuuspuhe on abstraktia, jolloin todelliset tekemiset ja tekojen vaikutukset jäävät kertomatta. Edellä mainittujen kielellisten valintojen perusteella voisi ajatella, että strategiatekstin vastaanottaja aliarvioidaan. Miksi kirjoitetaan teksti, jossa ei konkreettisesti kerrota mitään? Mikä on sen tarkoitus? Onko strategiateksti olemassa vain olemisen vuoksi, koska se kuuluu yrityskulttuuriin? Tosiasia on, että tulevaisuus on aina epävarma, eikä sitä voida kontrolloida. Yrityksessä on kuitenkin pyrittävä näkemään yrityksen tulevaisuuteen.

Strategiatekstissä yhtiö luo kuvaa identiteetistään, mitä yhtiö on nyt ja mitä se tahtoo tulevaisuudessa olla tai tehdä. Tässä korostuu suunnittelijan viestijärooli. Toisaalta tässä korostuu myös vastaanottajan vastuu: miten luotettaviksi tai toteutettaviksi vastaanottaja arvioi suunnitelmat. Koska tekemiset kerrotaan abstraktein kielellisin valinnoin, voiko vastaanottaja arvioida suunnitelmia kriittisesti? Vai pitääkö vain olla luottamus yhtiöön ja niihin ihmisiin, jotka strategiaa tuottavat. Strategiatekstiin nousee tässä tilannekontekstissa vain positiivisia asioita esille. Jos esimerkiksi kannattavuutta parannetaan tai kustannuksia karsitaan, voi tämä merkitä esimerkiksi tehtaan sulkemista tai työntekijöiden irtisanomisia. Näitä negatiivisia vaikutuksia ei kerrota tässä tilannekontekstissa. Tässä mielessä voi pohtia, onko yhtiön identiteetin määrittely luotettava, onko suunnit-

telija viestijänä tässä tilanteessa luotettava – mitä jätetään kertomatta. Kestääkö yhtiön strategiateksti objektiivisen arvioinnin?

Strategiatekstin voi nähdä myös yhtiön mahdollisuutena asettaa omat haasteensa itselleen. Sitä, kenen vastuulle konkreettinen tekeminen siirtyy, ei kerrota tässä tilannekontekstissa. Voidaan implikoida, että strategia on suunnittelijan tuotosta. Strategian käytännön toteuttaminen ei kuitenkaan ole enää suunnittelijan tehtävänä. Suunnittelija piirtää abstraktit viivat, mutta konkreettiset viivat jäävät toisille tekijöille, jotka eivät saa tässä tilannekontekstissa ääntään kuuluville. Jos suunnittelija, tietäjä tai kertoja kuvaa tulevaisuuden abstraktisti, täytyy yhtiössä jonkun tarttua strategian abstrakteihin ilmaisiin ja muuttaa ne konkreettiseen muotoon ja sitä kautta käytäntöön. Jos tätä askelta ei toteuteta, jää strategia vain tyhjiksi sanoiksi ja merkityksettömäksi paperiksi. Jos tämä askel toteutuu, saa strategia uuden, konkreettisen tason, jonka kielelliset valinnat ovat myös konkreettisia. Silloin myös strategia abstraktilla tasolla on saanut merkityksen.

Koska vuosikertomus on yhtiön ulkoisen viestinnän kanava, luo se osaltaan myös yhtiön imagoa. Strategiatekstillä on mahdollisuus luoda halutunlaista mielikuvaa yhtiöstä. Yhtiö halutaan kuvata kasvavana, voittoa tuottavana, kehittyvänä ja dynaamisena yhtiönä. Tämä osaltaan selittää, miksi negatiivisia asioita, seurauksia ja vaikutuksia ei haluta nostaa esiin strategiatekstissä. Myös tietynlainen kasvojen säilyttäminen kuuluu kulttuuriin. Jos strategiatekstissä sanottaisiin, että *ensi vuonna lakkautamme tehtaan voiton saavuttamiseksi*, olisi se osakkeiden omistajille hyvä uutinen. Tietyille sidosryhmille positiivisia, mutta toisille sidosryhmille negatiivisia asioita ei tuoda tässä tilannekontekstissa esille. Tämän rekisterin kielellisiin piirteisiin tällainen ei kuulu, koska halutaan säilyttää myös hyvä julkisuuskuva. Otaksun, että toisessa tilannekontekstissa edellä mainittu asia voidaan sanoa ääneen. Strategia on siis jotakin olemassa olevaa ja tilannekohtaisesti muuntuvaa, ja se saadaan eläväksi kielellisillä valinnoilla.

Koska osakeyhtiön tavoitteena on lain mukaan tuottaa voittoa omistajilleen, on strategiateksti tässä tilannekontekstissa mahdollisuus myös vakuuttaa omistajilleen, että yhtiö suunnittelee tulevaisuutta ja menee eteenpäin. Yhtäläillä vuosikertomusta voivat lukea



myös kilpailevat yhtiöt, joten on ymmärrettävää, että konkreettisia tekoja ei voida eikä haluta tässä tilannekontekstissa kertoa. Piiloon jäävä todellisuus, konkretia, aukeaa yhtiön sisällä käytävissä keskusteluissa, neuvotteluissa, päätöksissä ja tekemisissä. Niitä ei ole tarkoituksenmukaista tässä rekisterissä ja tilannekontekstissa tuoda esille. Kriittisesti pohdittuna strategiateksti on voima, joka pahimmillaan luo illuusiota onnistuvasta ja valoisasta tulevaisuudesta – on lopulta vain tyhjiä lupauksia. Mutta parhaimmillaan se voi kantaa kohti tulevaisuutta ja auttaa yhtiötä menestymään.

Tekstintutkimuksen periaatteet ja SF-kielioppi antoivat hyvät työkalut strategiatekstin käsittelyyn ja analysointiin. Tutkimukseni kohdistui hyvin rajatulle alueelle, joten paljon jäi vielä vuosikertomuksen strategiatekstiä tutkimatta. Monet kielelliset valinnat ja kielen tasot, erityisesti interpersoonainen ja tekstuaalinen, odottavat vielä tutkijaansa. Rajasin tutkimukseni koskemaan tulevaisuusdiskurssia, joten kielen ideationaalisellakin tasolla riittää vielä tutkittavaa. Tutkimus herätteli paljon myös uusia tutkimuskysymyksiä ja -kohteita. Mielenkiintoista olisi tutkia, kuinka strategiateksti käytännössä muokkaantuu vuosikertomukseen. Ketkä vuosikertomuksen vastaanottajista lukevat strategiatekstin, ja mitä merkityksiä he sille antavat? Kuinka abstrakti strategiateksti muokkaantuu konkreettiseksi käytäntöön, vai muokkaantuuko ollenkaan? Oma kysymyksensä on myös se, kuinka strategia esitetään toisissa tilannekonteksteissa ja millaisia rekisteripiirteitä ne saavat. Tekstintutkimukseni avasi hitusen strategiatekstin verhoa. Ehkä se osaltaan todistaa myös sitä, että kieli ei ole vain pilkkuja ja pisteitä.

## LÄHTEET

- Aaltonen, Petri & Heini Ikävalko (2002). Implementing strategies successfully. *Integrated Manufacturing systems* 13: 6, 415–418.
- Alvesson, Mats & Hugh Willmott (1995). Strategic Management as Domination and Emancipation: From Planning and Process to Communication and Praxis. *Advances in Strategic Management* 12: A, 85–112.
- Bhatia, Vijay K (1993). *Analysing genre: Language use in Professional Settings*. Lontoo ja New York: Longman.
- Dik, Simon C. (1980). *Studies in functional grammar*. Lontoo: Academic Press.
- Eggins, Suzanne (1994). *An Introduction to Systemic Functional Linguistics*. Lontoo: Pinter Publishers.
- Eggins, Suzanne & James R. Martin (1997). Genres and registers of discourse. Teoksessa: Teun A. van Dijk (toim.). *Discourse as structure and process*. Discourse studies: A multidisciplinary introduction 1. Lontoo: SAGE Publications. 230–256.
- Enkvist, Nils Erik (1975). *Tekstilingvistiikan peruskäsitteitä*. Jyväskylä: Gummerus.
- Fairclough, Norman (2002). *Miten media puhuu*. 2. painos. Tampere: Vastapaino.
- Hakulinen, Auli & Fred Karlsson (1995). *Nyky-suomen lauseoppi*. 3. painos. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 350. Jyväskylä.
- Hakulinen, Auli, Maria Vilkuna, Riitta Korhonen, Vesa Koivisto, Tarja Riitta Heinonen & Irja Alho (2004). *Iso suomen kielioppi*. 2. painos. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 950. Helsinki.
- Halliday, M.A.K. (1978). *Language as social semiotic. The social interpretation of language and meaning*. London: Arnold.
- Halliday, M. A. K. (1985a). *An Introduction to Functional Grammar*. Lontoo: Edward Arnold.
- Halliday, M. A. K. (1985b). Part A. Teoksessa: *Language, context, and text: aspects of language in a social-semiotic perspective*. Oxford University Press. 3–51.
- Halliday, M. A. K (1999). The notion of “context” in language education. Teoksessa: Mohsen Ghadessy (toim.). *Text and context in functional linguistics*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. 1–24.

- Halliday, M. A. K. & Christian M. I. M. Matthiessen (2004). *An introduction to functional grammar*. 3. painos. Lontoo: Arnold.
- Halliday, M. A. K. & Ruqaiya Hasan (1976). *Cohesion in English*. London: Longman.
- Hasan, Ruqaiya (1989). Part B. Teoksessa: *Language, context, and text: aspects of language in a social-semiotic perspective*. 2. painos. Oxford University Press. 51–118.
- Heikkinen, Vesa (1996). *Sininen viiva. Implisiittinen ideologisuus tekstien merkityksentekijänä*. Lisensiaatintutkimus. Oulu: Oulun yliopiston suomen ja saamen kielen ja logopedian laitos.
- Heikkinen, Vesa (1999). *Ideologinen merkitys kriittisen tekstintutkimuksen teoriassa ja käytännössä*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 728. Helsinki.
- Heikkinen, Vesa (2000a). Teksteihin tunkeutuvat todellisuudet. Teoksessa: *Teksti työnä, virka kielenä*. Vesa Heikkinen, Pirjo Hiidenmaa & Ulla Tiililä. Kotimaisten kielten tutkimuskeskuksen julkaisuja 116. Helsinki. 116–214.
- Heikkinen, Vesa (2000b). Tekstuaalinen pirunyrkki. Teoksessa: *Teksti työnä, virka kielenä*. Vesa Heikkinen, Pirjo Hiidenmaa & Ulla Tiililä. Kotimaisten kielten tutkimuskeskuksen julkaisuja 116. Helsinki. 63–115.
- Heikkinen, Vesa (2004). Tietoa tuotteesta, jolla on visio, imago ja profiili. Millainen teksti on kunnan viestintästrategia? Teoksessa: Vesa Heikkinen (toim.). *Virkapukuinen kieli*. Helsinki: Gaudeamus. 28–52.
- Hermalahti, Susanna (2005). Kerronta, aika ja argumentaatio. Toimitusjohtajan katsaus kertomuksena ja retorisisena valintoina. Teoksessa: Katariina Juvonen, Helena Kangasharju ja Pekka Pälli (toim.). *Tulevaisuuspuhetta*. Helsingin kauppa-korkeakoulun julkaisuja B-63.
- Hiidenmaa, Pirjo (2000). Poimintoja virkakielen rekisteristä. Teoksessa: *Teksti työnä, virka kielenä*. Vesa Heikkinen, Pirjo Hiidenmaa & Ulla Tiililä. Kotimaisten kielten tutkimuskeskuksen julkaisuja 116. Helsinki. 35–62.
- Kankaanpää, Salli (2006). *Hallinnon lehdistötiedotteiden kieli*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia. Helsinki.
- Knights, David & Glenn Morgan (1991). Corporate Strategy, Organizations, and Subjectivity: a Critique. *Organizations Studies* 12: 2, 251–273.
- Karvonen, Pirjo (1991). Kieliopillinen metafora ja sen vaikutukset tekstissä. Teoksessa: Tapani Lehtinen & Susanna Shore (toim.). *Kieli, valta ja eriarvoisuus, Esitelmää 18. kielitieteen päiviltä*. Helsinki: Helsingin yliopiston suomen kielen laitos. 149–165.

- Karvonen, Pirjo (1995). *Oppikirjateksti toimintana*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 632. Jyväskylä.
- Karvonen, Pirjo (1999). Missä on taloustehtäminen? Teoksessa: Jyrki Kalliokoski (toim.). *Teksti ja ideologia. Kieli ja valta julkisessa kielenkäytössä*. 3. painos. Helsinki: Helsingin yliopiston suomen kielen laitos. 151–167.
- Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka, Marja-Liisa Kuronen & Marja Ollikainen (2008). *Yrityksen viestintä*. 5. painos. Helsinki: Edita.
- Mantere, Saku (2005). Strategic practices as enablers and disablers of championing activity. *Strategic Organization* 3: 2,157–184.
- Mars, Minna, Marjatta Virtanen & Olli V. Virtanen (2000). *Sijoittajaviestintä strategisena työkaluna*. Helsinki: Edita.
- Martin, James R. (1997). Analysing genre: functional parameters. Teoksessa: Frances Christie and J. R. Martin (toim.). *Genre and Institutions. Social Processes in the Workplace and School*. Lontoo: Cassel. 3–39.
- Martin, James R. & David Rose (2007). *Working with discourse. Meaning Beyond the Clause*. 2. painos. London; New York: Continuum.
- Mintzberg, Henry, Bruce Ahlstrand & Joseph Lampel (1998). *Strategy Safari: a guided tour through the wilds of strategic management*. New York: Free Press.
- Mustonen, Minna (2009). *Strategiaviestinnän vastaanottokäytännöt – Henkilöstö strategiaviestinnän yleisönä*. Helsingin kauppakorkeakoulu: HSE Print.
- Laine, Pikka-Maaria & Eero Vaara (2007). Struggling over subjectivity: A discursive analysis of strategic development in an engineering group. *Human Relations* 60: 1, 29–58.
- Luukka, Minna-Riitta (2002) M. A. K. Halliday ja systeemifunktionaalinen kielitiede. Teoksessa: Hannele Dufva ja Mika Lähteenmäki (toim.). *Kielentutkimuksen klassikoita*. Jyväskylän yliopistopaino. Jyväskylä. 89–123.
- Peltonen, Tuomo (2007). *Johtaminen ja organisointi: teemoja, näkökulmia ja haasteita*. Helsinki: Ky-palvelu.
- Pietiläinen, Tarja (2002). *Moninainen yrittäminen: sukupuoli ja yrittäjänäisten toimintatila tietoteollisuudessa*. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulu.
- Pälli, Pekka & Esa Lehtinen (2009). *Reconstructing strategy: Constructing and employing written and spoken genres in meeting talk* [online]. [Lainattu 16.4.2010]. Saatavilla: <http://mngt.waikato.ac.nz/ejrot/cmsconference/2009/Stream6/>

Reconstructing%20strategy.pdf

- Pälli, Pekka, Eero Vaara & Virpi Sorsa (2009). Strategy as Text and Discursive Practice. A Genre-Based Approach to Strategizing in City Administration. *Discourse & Communication* 3: 3, 303–318.
- Pääkkönen, Irmeli & Markku Varis (2000). *Kriittinen lukutaito*. Helsinki: Finn Lectura.
- Samra-Fredericks, Dalvir (2003). Strategizing as Lived Experience and Strategists' Everyday Efforts to Shape Strategic Direction. *Journal of Management Studies* 40: 1, 141–174.
- Shore, Susanna (1992). *Aspects of a Systemic-Functional Grammar of Finnish*. Julkaisematon väitöskirja. Sydney: Macquarie University.
- Shore, Susanna (1996). Process Types in Finnish: Implicate Order, Covert Categories and Prototypes. Teoksessa: Ruqaiya Hasan, Carmel Cloran & David Butt (toim.). *Functional descriptions: Theory in practice*. Amsterdam: John Benjamins. 237–264.
- Stillar, Glenn F. (1998). *Analyzing everyday texts: discourse, rhetoric, and social perspectives*. Thousand Oaks: SAGE.
- Suomen kielen perussanakirja* 1–3 (1990–1994). Kotimaisten kielten tutkimuskeskuksen julkaisuja 55. Helsinki: Valtion painatuskeskus, Kotimaisten kielten tutkimuskeskus & Painatuskeskus.
- Swales, John (1990). *Genre analysis: English in academic and research setting*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tiililä, Ulla (2007). *Tekstit viraston työssä*. Tutkimus etuuspäätösten kielestä ja konteksteista. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 1108. Helsinki.
- Vaara, Eero, Birgit Kleymann & Hannu Seristö (2004). Strategies as Discursive Constructions: The Case of Airline Alliances. *Journal of Management Studies* 41: 1, 1–35.
- Vaara, Eero & Pikka-Maaria Laine (2006). Kriittinen diskurssianalyysi metodologiana strategiatutkimuksessa. Teoksessa: Kristina Rolin & Marja-Liisa Kakkuri-Knuuttila & Elina Henttonen (toim.). *Soveltava yhteiskuntatiede ja filosofia*. Helsinki: Gaudeamus. 155–173.
- Vilkuna, Maria (1996). *Suomen lauseopin perusteet*. Kotimaisten kielten tutkimuskeskuksen julkaisuja. Helsinki: Edita.

Liite 1. Vuosikertomuksen strategiatekstin tulevaisuusdiskurssissa esiintyvät prosessit.

Materiaaliset prosessit	Finiittiverbi	Inkongruenttina muotona
	auttaa	
	edellyttää (4)	
	edistää	
	ennakoida*	
	etsiä	
	hakea* (4)	
	(hallita)	2
	hankkia	
	hyödyntää (4)	1
	investoida	
	jakaa	2
	jatkaa* (6)	
	<b>karsia*</b>	
	<b>kasvattaa* (3)</b>	
	<b>(kasvu)</b>	27*
	<b>kehittää* (6)</b>	20
	keskittyä* (3)	1
	kiihdyttää*	
	kiinnittää huomiota*	
	korostua (3)	
	laajentaa	
	<b>lisätä* (4)</b>	3
	<b>lisääntyä (3)</b>	
	lujittaa	
	luoda (4)	
	mahdollistaa (2)	
	muodostua	
	odottaa	
	osallistua	
	ottaa huomioon* (2)	
	painottua	
	(palvella)	1
	<b>parantaa* (3)</b>	7
	perustua (2)	
	<b>pienentää*</b>	1
	seurata* (2)	
	siirtää	
	sulkea	
	suunnata	
	systematisoida*	

	säilyttää	
	tarjoaa (3)	
	tavoitella (2)	
	tukea (5)	
	tuoda	
	turvata*	
	tutkia (2)	
	<b>vahvistaa* (4)</b>	1
	valmistella	
	varmistaa	1
	<b>vähentää* (2)</b>	
Mentaaliset prosessit		
	arvioida (5)	
	haluta	
	kuulua	
	kyetä	
	nähdään* (3)	
	pyrkii* (13)	
	pystyä	
	tahtoa (2)	
	tarvita	
	voida (5)	
Relationaaliset prosessit		
	olla (35)*	
Eksistentiaaliset prosessit		
	jatkuu* (3)	
	<b>kehittyä* (3)</b>	
	päästä täyteen vauhtiin	
	saada (3)	
	tulla olemaan	
	<b>vahvistua*</b>	
	tulla + jotakin (5)	
Verbaaliset prosessit		
	vastata	

Vacon haluaa kasvaa kannattavasti ja huomattavasti alan keskimääräistä kasvua nopeammin. Suurin osa on luonnollista kasvua.

Liiketoimittajia tukevat yhä suuremmissen tulo tuotevalikoimaan, uusi tuotesukupolvi, taajuusmuuttajissa

käytettävien komponenttien tuotannon siirtymisen yhä halvempien kustannusten maihin ja valuuttakurssiriskiä pienentäminen.

# VAAHVA VACON ON TUOTEJOHTAJANA LÄSNÄ MAAILMANLAAJUISESTI

Vaconilla on ainutlaatuinen asema markkinolla. Se on itsenäinen yhtiö, joka voi keskittyä pelkästään taajuusmuuttajien kehittämiseen. Vacon hyödyttää alueellisesti ja paikallisesta tuotannosta, tuotteiden massaräätätönnästä ja monikanavaisesta myyntiverkostosta. Massainvälinen tuotanto ja tuotesuunnittelu mahdollistavat joustavan tuotannon ja parantavat maailmanlaajuisia kilpailukykyä.

## Tuotejohtajuus ohjaa tuotteiden kehittämistä ja tuotantoa

Vaconin tuotevalikoima on yksi alan laajimmista ja helpoimmin käytettävimmistä. Tuotejohtajuutta on tukemassa voimakas tuotekehitys ja laaja tuotevalikoima, joka on kaikkien Vaconin myyntiyksiköiden ulottuvilla. Taajuusmuuttajien käytettävyyttä parannetaan ohjaisjärjestelmien automaatioita ja langatonta ohjausta kehittämällä. Tuotejohtajuutta tuetaan myös laatu- ja kustannustehokkuutta parantamalla. Laaja tuotevalikoima edellyttää taajuusmuuttajien käyttöön liittyvien palveluiden tarjoamista myös paikallisesti, kaikilla maailmassa.

Maailmanlaajuisen verkosto ja paikallinen tuotanto yhdessä lisäävät Vaconin houkuttelevuutta. Asiakkuuksien

VUOSIKERTOMUS 2007

hallintaan kiinnitetään entistä enemmän huomiota, ja asiantuntevia ratkaisuja esitetään jatkuvasti. Massaräätätönnä on avulla asiakkaat saavat taajuusmuuttajista juuri omiin tarpeisiinsa sopivia.

## Kansainvälistyminen jatkuu määrätietoisesti

Vaconin strategiset painopisteet vuonna 2008 perustuvat maailmanlaajuisen läsnäolon ja tuotejohtajuuteen. Kansainvälistymistä jatketaan kasvun takaamiseksi. Tämä tarkoittaa erityisesti myynnin, palvelujen ja tuotannon kansainvälistymistä.

Eurooppa säilyttää merkityksensä lähivuosina. Myös Aasian kehittyvillä markkinoilla Vacon näkee entistä nopeampaa kasvua. TB Wood sin taajuusmuuttajaliiketoiminnan osuilla Vacon vahvistaa läsnäoloaan Pohjois-Amerikan markkinoilla, jollain nykyisiä ja potentiaalisia asiakkaita voidaan palvelia siellä entistä paremmin tulevaisuudessa. Kansainvälinen läsnäolo edellyttää globaalin ja yhtenäisten prosessien sekä tietojärjestelmien käyttööntamista.

Vaconin brändiä vahvistetaan. Logistiikan, asiakastyytyvyyden, tuotannon ja tukitoimintojen prosessien

hallintaa kehitetään jatkuvasti. Vaconin menestys perustuu erinomaisiin tuotteisiin ja palveluihin, laatuun, kustannustehokkuuteen, logistiseen nopeuteen, asiakaslähtöiseen toimintatapaan ja intohimoiseen asenteeseen.

Asiakaslähtöisyys otetaan entistä paremmin huomioon uuden sukupolven tuotevalikoiman kehittämisessä. Osaamista ja tietoa jaetaan tehokkaasti globaalin verkoston tarpeisiin. Jatkossa taajuusmuuttajia voidaan mukata alueellisissa tuotekehityksiköissä paremmin paikallisiin vaatimuksiin sopiviksi. Näin parannetaan kilpailukykyä ja keräsiään tuotantokustannuksia.

## Taloudelliset tavoitteet vuoden 2012 loppuun mennessä

- 500 miljoonan euron liikevaihto
- yli 14 prosentin liikevoitto (EBIT)
- vähintään 30 prosentin oman pääoman tuotto (ROE)
- suurin osa kasvusta on organista kasvua, mutta Vacon ei myöskään sulje jatkoo yritysostolle
- yritysostolianteessa nettovakaantumisasetarvoite on enintään 60 prosenttia.
- tilikauden tuloksesta osinkoina jaetaan n. 50 prosenttia.