

**VAASAN YLIOPISTO**  
**KAUPPATIETEELLINEN TIEDEKUNTA**  
**JOHTAMISEN YKSIKKÖ**

Niina Nikko

**TALVIVAARAN TARINA**

Mallitarina, retoriset keinot ja äänet Talouselämä-lehdessä

vuosina 2008–2012

Strategisen johtamisen maisteriohjelma

Pro gradu -tutkielma

**VAASA 2015**

<b>SISÄLLYSLUETTELO</b>	<b>Sivu</b>
<b>KUVIOLUETTELO</b>	5
<b>TIIVISTELMÄ</b>	7
<b>1. JOHDANTO</b>	9
1.1. Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimusongelman esittely	10
1.2. Tutkielman rakenne	12
<b>2. ERILAISET DISKURSSIT ELI KIELENKÄYTTÖ SOSIAALISEN TODELLISUUDEN RAKENTAMISESSA</b>	14
2.1. Narratiivisuus organisaation sosiaalisen todellisuuden rakentamisessa	15
2.1.1. Rakenteellinen narratiivi	17
2.1.2. Narratiivi strukturalismin jälkeen	19
<b>3. TUTKIMUSMETODI</b>	22
3.1. Narratiivin rakenne ja tarinan juonellistaminen	23
3.2. Diskursiivisuus ja retoriikka tutkimusmetodina	28
<b>4. TUTKIMUSAINEISTO JA SEN ANALYYSI</b>	35
4.1. Talouselämä-aikakauslehti	36
4.1.1. Talvivaara-kaivos	37
4.2. Aineiston kuvaus	39
4.3. Aineiston analyysi	41
4.3.1. Retoriikka ja tehokeinot aineistossa	43



<b>5. TULOKSET – Mallitarina Talvivaarasta</b>	44
5.1. Retoristen tehokeinojen käyttö artikkeleissa	47
5.1.1. Äänet ja identiteetit retoriikan taustalla	51
5.2. Juonen epäkonventionaalisuus	53
5.3. Metaforat romanttisessa tarinassa	55
5.3.1. Määrällistäminen talouden tekstin tehokeinona	58
5.3.2. Hyperbola eli ääri-ilmaisut odotusten rakentajina	60
5.3.3. Asiantuntijuus ja tosiasiat legitimaation vahvistajina	62
5.4. Dominoivien ja marginaalisten äänien tulkinta: toimittajien ja toimitusjohtajan äänet	64
5.4.1. Dominoivan ja marginaalisen välissä: asiantuntijat, virkamiehet ja poliitikot	66
5.4.2. Marginaaliset äänet eli kansan ääni ja kriittinen ääni	70
5.5. Yhteenveto ja jatkotutkimukset	72
<b>LÄHTEET</b>	76



<b>TAULUKKOLUETTELO</b>	<b>Sivu</b>
<b>Taulukko 1.</b> Aineiston lukuviitekehys.	34
<b>Taulukko 2.</b> Aineiston lajittelu.	39
<b>Taulukko 3.</b> Artikkeleissa esiintyvät retoriset keinot.	48
<b>Taulukko 4.</b> Äänien jaottelu.	53



---

**VAASAN YLIOPISTO****Kauppätieteellinen tiedekunta****Tekijä:** Niina Nikko**Tutkielman nimi:** Talvivaaran tarina. Mallitarina, retoriset keinot ja äänet  
Talouselämä-lehdessä vuosina 2008–2012**Ohjaaja:** Seppo Luoto**Tutkinto:** Kauppätieteiden maisteri**Yksikkö:** Johtamisen yksikkö**Koulutusohjelma:** Strategisen johtamisen maisteriohjelma**Aloitusvuosi:** 2011**Valmistumisvuosi:** 2015**Sivumäärä:** 82

---

**TIIVISTELMÄ**

Tutkielman tavoitteena on tarkastella Talvivaara-kaivoksen sosiaalista rakentumista (Berger ja Luckmann 1994: 11) vuosina 2008–2012 Talouselämä-lehdessä.

Tutkimuskysymys jaettiin kolmeen osaan: millainen mallitarina aiheesta voidaan rakentaa, mitä retorisia keinoja on käytetty ja mitä ovat äänet retoriikan taustalla. Tarkastelu toteutettiin tutkimusta varten rakennetun narratiivisen tutkimuskehiksen avulla. Aineistona on käytetty Talouselämä-lehdessä julkaistuja 49 kaivosalasta ja Talvivaara-kaivoksesta kirjoitettua artikkelia. Toimittajilla on vaikutusvaltaa lukijoihinsa, ja tiedotusvälineitä käytetään laajasti sekä tiedon hankkimiseen että mielikuvien muodostamiseen erilaisista yrityksistä. Tiedotusvälineiden avulla legitimoidaan organisaatioiden toimintaa ja toisaalta organisaatiot voivat käyttää tiedotusvälineitä oman toimintansa legitimoinnissa.

Narratiivinen tutkimus keskittyy usein organisaation sisäisiin kertomuksiin. Tässä pro gradu -työssä tuodaan esiin harvinaisempi näkökulma, joka keskittyy organisaation ulkopuolisiin näkemyksiin yrityksen toiminnasta. Ulkopuolisen näkökulman avulla yritykset voivat paremmin arvioida, miten niitä koskevaa tietoa käsitellään julkisuudessa. Talouselämä-lehti luo Talvivaaran kaivoksesta vuosina 2008–2012 hyvin positiivisen ja täynnä tulevaisuuden lupauksia olevan mielikuvan. Suotuisat tulevaisuudenodotukset tuodaan esiin retorisia keinoja käyttämällä. Erityisesti metaforat, ääri-ilmaisut, määrällistäminen ja tosiasiat korostuvat, kun perustellaan sitä, että kaivosala on tärkeä ja kannattava tulevaisuuden toimiala. Kaivostoimintaa legitimoidaan erityisesti toimittajien ja Pekka Perän äänillä, mutta tukena käytetään myös poliitikkoja ja eri alojen asiantuntijoita.

---

**AVAINSANAT:** narratiivi, retoriikka, legitimointi, kaivostoiminta





## 1. JOHDANTO

Organisaatiot käyttävät tiedotusvälineitä legitimoidakseen omaa toimintaansa (Vaara, Tienari ja Laurila 2006: 789). Toisaalta taas joukkotiedotusvälineet rakentavat organisaatioista erilaisia narratiiveja, joiden kautta ne legitimoivat tai epälegitimovat organisaatioiden ja niiden johtajien toimintaa (Hartz ja Steger 2010: 769). Organisaatiot käyttävät tiedotusvälineitä hyödykseen, ja tiedotusvälineet organisaatioita. Vastaanottajat puolestaan muodostavat yrityksistä mielikuvia ja ymmärtävät niiden toimintaa tiedotusvälineiden kautta. Koska tiedotusvälineiden tuottamaa informaatiota on niin laajasti saatavilla, monet yrityksen sidosryhmät käyttävät tiedotusvälineitä ensisijaisena lähteenään hankkiakseen tietoa ja muodostaakseen mielikuvia yrityksistä. Tiedotusvälineet vaikuttavat siihen, miten sidosryhmät ymmärtävät yritysten toimintaa. Mitä useammin yksilöt kohtaavat tietyn yritystä koskevan tiedon tiedotusvälineissä, sitä enemmän ihmiset uskovat sen olevan totta. (Hayward, Rindova ja Pollock 2004: 644–645.)

Todellisuus rakentuu sosiaalisesti (Berger ja Luckmann 1994: 11). Myös organisaatiotodellisuus rakentuu sosiaalisesti. Yrittäjyys ja organisaatiot ovat sosiaalisia rakennelmia, konstruktioita. Yritykset ja niiden sidosryhmät samalla ylläpitävät ja muokkaavat sitä todellisuutta, jossa ne elävät. (Downing 2005: 190–196.) Narratiiviset tutkimukset korostavat organisaatioiden ajallista järjestymistä ja monimuotoisuutta. Narratiivit asettavat organisaatiot ajalliseen kontekstiin: kaikki periaatteet ja säännöt eivät toimi kaikkina aikoina. Organisaatiot muuttuvat ajan kuluessa. Organisaatioiden toiminnalle on olemassa useita erilaisia merkityksiä. Ei ole pelkästään yhtä tarinaa ja todellisuutta, vaan useita erilaisia versioita ja mahdollisuuksia tulkintaan. (Rhodes ja Brown 2005: 177–178.) Narratiivit ovat sosiaalisia järjestelmiä; ne syntyvät sosiaalisessa vuorovaikutuksessa ja samalla muokkaavat sitä. Narratiivit edustavat tiettyä sosiaalista ryhmää ja sen symbolista järjestelmää. (Seloti Jr. ja Alves 2011: 179.)

Suurin osa organisaatiotodellisuuden rakentumista kuvaavista teksteistä kuvaa konstruktioiden rakentumista organisaatioiden sisältä käsin eli organisaation sisäisestä näkökulmasta (esimerkiksi Boje 1995). Vaikka aiheesta on tehty joitakin organisaation ulkopuoliseen näkökulmaan keskittyviä tutkimuksia, esimerkiksi Lamertz ja Baum (1998), Alvares ja Mazza (2000), Vaara ja Tienari (2002), Vaara ym. (2006) sekä Hartz

ja Steger (2010), suhteellisen vähän huomiota on kiinnitetty joukkotiedotusvälineissä käytäviin diskursseihin (Vaara ja Tienari 2002: 279). Erityisesti suomalaisessa kontekstissa on kiinnitetty vähän huomiota organisaatiotodellisuuden rakentumiseen ulkopuolisesta näkökulmasta eli kuten tässä tutkimuksessa Talvivaaran tapaukseen Talouselämä-lehden näkökulmasta. Tässä pro gradu -tutkielmassa tutustutaan siihen, miten yhden kaivosalan yrityksen todellisuutta luodaan ja rakennetaan mediassa. Tarkemmin sanottuna tutustutaan siihen, miten Talvivaaran tapausta konstruoidaan Talouselämä-lehdessä vuosina 2008–2012.

### **1.1. Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimusongelman esittely**

Tutkimuksen tarkoituksena on tuoda lisätietoa organisaation ulkopuolisesta näkökulmasta joukkotiedotusvälineissä, tarkemmin sanottuna Talouselämä-lehdessä käytyyn diskurssiin Talvivaara-tapauksesta. Tässä tutkimuksessa keskitytään nimenomaan yhdessä tiedotusvälineessä käytävään narratiivin kuvailuun, ei niinkään organisaatiossa sisäisesti käytäviin narratiiveihin. Tarkoituksena on tutkia, miten Talvivaaran kaivososakeyhtiö rakennetaan sosiaalisesti Talouselämä-lehden artikkeleissa vuosina 2008–2012. Koska alkuperäinen tutkimusongelma on melko laaja, se jaettiin kolmeen osaan:

- 1.1. Millainen mallitarina Talvivaarasta voidaan rakentaa Talouselämä-lehden artikkeleiden pohjalta?
- 1.2. Millaisilla diskursiivisilla strategioilla eli retorisisilla keinoilla Talvivaaraa legitimoidaan aineiston artikkeleissa?
- 1.3. Mitkä ovat dominoivia ääniä tässä legitimoinnissa? Mitkä äänet taas jäävät marginaaliin?

Laadullisen tutkimuksen tutkimussuunnitelma tarkentuu tutkimuksen edetessä. Laadullisen tutkimuksen moninaisia menetelmiä yhdistää se, että tutkimus pyrkii korostamaan sosiaalisten ilmiöiden merkitystä ja kuvailemaan tai tulkitsemaan näitä. Laadullisen tutkimuksen menetelmille on tavanomaista, että tutkittavan kohteen

näkökulmat ja ääni pääsevät esille. (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2000: 154–155.) Tilastollisessa tutkimuksessa kategoriat valitaan yleensä jo ennen datan keräämistä. Laadullisessa tutkimuksessa kategoriat taas syntyvät yleensä kerätyn datan perusteella. Tutkimuksessa etsitään yhtenäisiä teemoja ja ajatuksia, jotka sitten jaetaan erilaisiin kategorioihin. Tutkimus ei yleensä jää pelkkään kategorisointiin, vaan siinä pyritään myös selittämään kategorioiden sisäisiä ja niiden välisiä yhteyksiä. (Polkinghorne 1995: 10.) Tilastollisen tutkimuksen on joskus vaikea selittää erilaisia syy-seuraussuhteita, sillä mallit vain kuvaavat tapahtumia, mutteivät selitä niitä. Narratiivinen tutkimus voi auttaa näiden selitysten löytämisessä. (Pentland 1999: 722.)

Organisaatioita tehdään ymmärrettäviksi narratiivien avulla (Weick 1995: 127–129, Feldman, Sköldberg, Brown ja Horner 2004: 147–148). Talvivaarasta laaditun mallitarinan avulla pyritään löytämään erilaisia retorisia keinoja ja ääniä tarinan taustalta (Luoto 2010: 100–101, Hänninen 1999: 33). Nämä keinot ja äänet auttavat puolestaan paremmin ymmärtämään sitä, miten Talvivaaran kaivosta legitimoidaan artikkelien lukijoille eli tekstin vastaanottajille (Hartz ja Steger 2010: 769). Kategoriat laaditaan aineiston perusteella. Pelkkien kategorioiden sijaan pyritään myös löytämään selityksiä sille, millä keinoilla artikkelit vaikuttavat lukijoihinsa ja niihin mielikuviin, joita lukijoille syntyy organisaatiosta. Legitimointi on olennainen osa kaikkien organisaatioiden olemassa oloa (Suddaby ja Greenwood 2005: 37). Kun legitimointia analysoidaan, voidaan paremmin arvioida, miten organisaatiot rakentuvat julkisessa keskustelussa (Hartz ja Steger 2010: 768) ja miten niiden toimintaa ymmärretään (Lamertz ja Baum 1998: 93). Näin myös organisaatiot voivat paremmin arvioida omaa mainettaan organisaation ulkopuolisesta näkökulmasta.

Tämä pro gradu -tutkielma pyrkii täydentämään teoriaa, jossa organisaatiota konstruoidaan organisaation ulkopuolisesta näkökulmasta käsin. Sen sijaan, että kerättäisiin näkemyksiä esimerkiksi organisaation johtoportaalta tai työntekijöiltä (Boje 1995), sosiaalisia konstruktioita tarkastellaan yhden aikakauslehden näkökulmasta. Ulkopuolinen näkökulma tuodaan esiin mallitarinan, retoristen keinojen ja teksteissä esiintyvien äänien avulla. Retoriset keinot ja äänet paljastavat, miten organisaatiota legitimoidaan aikakauslehden lukijoille eli vastaanottajille. Vastaanottajat muodostavat

yrityksistä mielikuvia ja ymmärtävät niiden toimintaa tiedotusvälineiden avulla (Hayward ym. 2004: 644–645).

Organisaatioiden olisi käytännöllistä ymmärtää, miten niiden toimintaa kuvataan julkisuudessa. Koska yrityksistä ja niiden toiminnasta uutisoidaan nopeasti ja laajasti, yritysten maine voi nousta tärkeään asemaan. Esimerkiksi rekrytointi ja myynti ovat helpompia, jos yrityksellä on hyvä maine. Pahimmillaan skandaalit voivat laskea pörssiyrityksen osakekurssia tai jopa viedä yrityksen konkurssiin. (Borglund ja Ahlquist 2005: 25–32.) Taloustoimittajilla on valtaa, sillä raportointi vaikuttaa yrityksiin, organisaatioihin ja markkinoihin. Osakekurssit ja markkinakorot voivat muuttua raportoinnin seurauksena. Koska hyvä maine on tärkeää yrityksille, erilaisten imagokonsulttien käyttö yrityksissä on lisääntynyt (Borglund ja Ahlquist 2005: 25). Hayward ym. (2004: 638) kutsuvat tiedottajia ja yritysten pr-henkilöstöä imagonluojiksi. Erityisesti johtajien ja yritysviestinnästä vastaavien henkilöiden olisi hyvä ymmärtää, miten yrityksen maine rakentuu julkisessa keskustelussa.

## **1.2. Tutkielman rakenne**

Tutkielma jakautuu viiteen lukuun. Ensimmäinen luku toimii johdantona aihealueeseen ja tutkimukseen. Johdannossa esitellään sosiaalisen konstruktionismin käsite, joka toimii tutkimuksen teoreettisena pohjana. Lisäksi esitellään legitimaation käsite, johon paneudutaan kolmeen osaan jaetun tutkimuskysymyksen avulla.

Toinen luku eli teoreettinen osa paneutuu diskursseihin eli kielenkäyttöön sosiaalisissa tilanteissa. Narratiivisuus on yksi tapa tarkastella erilaisia diskursseja. Narratiivisuus voidaan edelleen jakaa rakenteelliseen analyysiin, jossa tarkastellaan kielellisiä yksiköitä niiden muodostamien rakenteiden avulla. Rakenteellista analyysia on seurannut jälkirakenteellinen analyysi, jossa huomio kiinnittyy rakenteellisten elementtien sijaan tekstin sisältöön ja sisällön erilaisiin tulkintatapoihin.

Kolmas luku esittelee narratiivista tutkimusmetodia. Narratiivinen kenttä on tutkimusmetodeiltaan hyvin laaja, joten tässä tutkimuksessa viitekehys on rakennettu

teoriasta löytyneitä metodeja yhdistelemällä. Ensin pirstaleisesta aineistosta muodostetaan mallitarina. Mallitarina on kulttuurisesti tunnistettava muoto, joka mahdollistaa tarinan rakenteellisen ymmärtämisen. Seuraavaksi tarinasta etsitään retorisia keinoja klassisen retoriikan, määrällistämisen sekä uudempien retoristen keinojen avulla.

Neljännessä luvussa esitellään lyhyesti aineistona käytetty Talouselämä-lehti sekä Talvivaara-kaivos. Luvussa paneudutaan siihen, miten aineistoa käsitellään ja miten retorisia keinoja on aineistosta etsitty. Koska retoriikan tavoitteena on vastaanottajien vakuuttaminen ja suostuttelu, on myös tarkasteltu sitä, kenen äänillä suostuttelua tehdään.

Viidennessä luvussa tarkastellaan tuloksia. Aluksi esitellään aineistosta koottu mallitarina ja sen juonellistaminen. Seuraavaksi tarkastellaan retorisia keinoja ja ääniä, sekä analysoidaan niiden käyttöä aineistossa. Lopuksi tulokset vedetään yhteen ja esitetään mahdollisia jatkotutkimusaiheita.

## **2. ERILAISET DISKURSSIT ELI KIELENKÄYTTÖ SOSIAALISEN TODELLISUUDEN RAKENTAMISESSA**

Sosiaalisen konstruktionismin viitekehyksessä maailma voidaan jakaa pienempiin yksiköihin eli diskursseihin. Tarkastelun kohteeksi otetaan selonteot, joilla ihmiset tekevät maailmaa ymmärrettäväksi toisilleen ja itselleen. (Suoninen 1999: 20–21, Hänninen 1999: 27.) Diskurssit sisältävät tietoa siitä, keitä tekijät ovat, mitä tapahtuu sekä missä ja milloin tapahtuu. Diskurssit sisältävät myös arvioita tapahtumista ja niiden syistä sekä tapahtumien tulkintoja ja legitimoiteja. Todellisuutta voidaan tulkita useiden erilaisten diskurssien avulla. Ihmiset valitsevatkin yleensä kulloiseenkin viestintätilanteeseen heille parhaiten sopivan diskurssin. (Kress ja van Leeuwen 2001: 20–21.) Boje (1995: 998) puolestaan määrittelee diskurssin erilaisten merkitysten loputtomaksi taisteluksi, jossa toiset merkitykset selviävät voittajiksi sosiaalisen hegemonian ansiosta. Toiset diskurssit pääsevät hegemoniseen asemaan, kun taas muut marginalisoituvat. Tämä kilpailuasetelma tulee hyvin esiin tarinoissa, jotka ovat sosiaalisia rakennelmia. Bojen (1995: 1001–1002) mukaan organisaatioissa on erilaisia diskursseja, jotka ovat samanaikaisesti läsnä eikä niitä voi eritellä tarkasti toisistaan. Erilaiset diskurssit käyvät toistensa kanssa eräänlaista olemassaolon taistelua siitä, mikä diskurssi pääsee hallitsevaksi. Termejä lainataan edellisestä diskurssista, niitä siirretään seuraavaan ja niille annetaan uutta sisältöä. (Boje 1995: 1001–1002.)

Merkityksen rakenteet tulevat esille kommunikaatiossa. Kommunikaatiotapahtumasta voidaan erotella ilmaisu (*signifiant*) ja sisältö (*signifié*). Ilmaisua voidaan jakaa hyvin pieniin yksiköihin kuten foneemeihin asti. Merkitykset puolestaan tulevat esille laajemmissa yksiköissä kuten lekseemeissä eli sanoissa ja niiden yhdistelmissä ja eri konteksteissa. Kommunikaatio on akti, jossa tehdään valintoja. Aktissa valitaan aina tiettyjä merkityksiä ja jätetään pois toisia. (Greimas 1980: 40–47.) Diskurssi on kielen manifestaatio, joka sisältää kielen merkityksiä. Ilmaisun ja sisällön suhde on erittäin monisyinen ja voi sisältää hyvin vaihtelevia muotoja, sillä kielen yksiköitä voidaan yhdistellä ja erotella lukemattomilla eri tavoilla. (Greimas 1980: 50–51.) Diskurssit ovat tietyn sosiaalisen käytännön konstruktioita tai tietystä näkökulmasta tehtyä merkityksellistämistä (Fairclough 1997: 124). Fairclough (1997: 124) erottelee esimerkiksi marxilaisen diskurssin liberalistisesta sekä edistyksellisen

kasvatusdiskurssin konservatiivisesta. Diskurssia voidaan käyttää säännönmukaisesti tai metaforisesti. Säännönmukainen käyttäminen tarkoittaa, että diskurssia käytetään tavanomaisesti. Metaforisessa käyttämisessä diskurssia taas laajennetaan sille epätavanomaiseen käyttöön, jolloin se merkityksellistää sellaisia kokemuksia, joita siihen ei tavanomaisesti liitetä. (Fairclough 1997: 124–125.)

Yhteiskunnallinen konteksti muokkaa diskurssikäytäntöjä ja diskurssikäytännöt muokkaavat yhteiskunnallista kontekstia (Fairclough 1997: 71). Asiasta on kuitenkin olemassa myös maltillisempi näkemys, jonka mukaa tutkimuksen tehtävänä on tarkastella, miten kieltä on käytetty sosiaalisissa tilanteissa eikä niinkään, miten se on muokannut sosiaalisia tilanteita (Vaara ym. 2006: 792). Selontekojen antaminen aloitetaan yleensä laajalti kannatetuista, ideologisesti houkuttelevista sekä itsestään selvän tuntuisista diskursiivisista merkityksistä. Diskurssit voivat kuitenkin sisältää myös epäkonventionaalista ainesta, johon myös vuorovaikutuskumppani voi vaikuttaa. (Suoninen 1999: 27.) Yleisöllä on siis vaikutusta selontekojen sisältöön, sillä niitä jaetaan vuorovaikutustilanteissa. Diskurssianalyysi keskittyy usein välittömään viestintätilanteeseen, jossa sekä tuottaja että vastaanottaja ovat läsnä, esimerkiksi vuoropuheluun. Fairclough (1997: 71) kuitenkin painottaa myös laajemman yhteiskunnallisen kontekstin huomioon ottamisen merkitystä.

## **2.1. Narratiivisuus organisaation sosiaalisen todellisuuden rakentamisessa**

Yksi tapa tarkastella erilaisia diskursseja on narratiivisuus. Narratologia on kokoelma teorioita narratiiveista, narratiivisista teksteistä, kuvista, speaktaakkeleista ja tapahtumista; kulttuurisista elementeistä, jotka kertovat tarinan. Tällainen teoria auttaa ymmärtämään, analysoimaan ja arvioimaan narratiiveja. Narratiivisia tekstejä on erilaisia, niillä on erilaisia tehtäviä ja erilaisia tarkoituksia. Narratiivinen järjestelmä kuvaa tapaa, jolla narratiiviset tekstit on koottu ja järjestetty. (Bal 2009: 3.) Bal (2009: 5) määrittelee tekstin rajatuksi rakennelmaksi, joka koostuu merkeistä. Merkit voivat olla kirjaimia, sanoja, lauseita tai kuvia. Vaikka rakennelma on rajattu – sillä on alku ja



loppu – teksti itsessään ei ole rajattu. Tekstillä voi olla lukemattomia merkityksiä, vaikutuksia, tehtäviä ja taustoja. Narratiivisessa tekstissä agentti tai tekijä välittää vastaanottajalle tarinan tietyllä välineellä. Välineenä voidaan käyttää kieltä, kuvaa, ääntä ja muita välineitä ja eri välineiden yhdistelmiä. Esimerkiksi lehdissä käytetään sekä kieltä että kuvitusta. Tarina on tekstin sisältö, joka tuodaan esille tietyllä tavalla. (Bal 2009: 4–5.)

Strukturalistisen näkemyksen mukaan tarinan elementit eli tapahtumat, toimijat, aika ja paikka järjestetään tietyllä tavalla, jonka tuloksena on tarina. Elementtien järjestämisellä voidaan saavuttaa tietty lopputulos: tarina voi olla esimerkiksi koskettava tai vakuuttava. (Bal 2009: 6–8.) Narratiivia voidaan käsitellä viestintänä, kun ymmärrettäväksi tehtyä ja jäseneltyä tietoa viestitään muille. Viestintä ei ole pelkkää sanoman siirtoa, vaan symbolista toimintaa, jossa sanomalle luodaan ajallinen konteksti, merkitys ja rakenne. Organisaation jäsenet reflektoivat todellisuutta ja kuvaavat sitä diskursiivisesti. Organisaatiota kuvaavien tarinoiden avulla voidaan myös symbolisesti luonnehtia organisaation kulttuuria ja jopa muokata ja ylläpitää sitä. Kertomukset samalla vaikuttavat ja muokkaavat tapahtumia, joista ne kertovat. (Rhodes ja Brown 2005: 171–172.)

Narratiivinen tutkimus on tarinoiden tutkimusta, joka pyrkii ymmärtämään inhimillisiä merkityksiä. Narratiivinen tutkimus voidaan käsittää vaihtoehdoksi pelkän rationaalisuuden korostamiselle; myös subjektiivisilla kokemuksilla on merkitystä. (Karjalainen ja Auvinen 2012: 5.) Konstruktivistisen näkemyksen mukaan narratiivit ja draamat kuvaavat, miten yksilöiden ja organisaatioiden identiteetit kehittyvät ajan myötä samanaikaisesti. Yrittäjät ja sidosryhmät rakentavat ja kehittävät organisaatiota sen elinkaaren aikana. Yrityksen sisäiset säännöt ja toimintatavat vaikuttavat organisaation kehitykseen, mutta myös ympäristöllä on vaikutusta. Sekä sisäiset toimintatavat että ympäristö ovat jatkuvassa muutoksessa. Narratiivit ja draama vaikuttavat sisäisen ja ulkoisen sosiaalisen kanssakäymisen muutoksiin. Ne rakentavat uusia toimintatapoja organisaatiossa ja auttavat ihmisiä suhtautumaan muutoksiin. (Downing 2005: 185–187.)

Narratiivien ja draaman analysointi kertoo, miten toimintatapojen muutokset perustuvat jaettuun ymmärrykseen ja identiteetin rakentumiseen. Nämä sosiaaliset prosessit

edeltävät muutoksia, jotka tapahtuvat markkinoilla, organisaatiokulttuurissa tai instituutioissa. Ne luovat eräänlaisen vakauden tilan (*equilibrium*), joka muuttuu ja muutos voidaan ymmärtää ja suhteuttaa narratiivien avulla. Yrittäjien ja sidosryhmien väliset narratiiviset ja draamalliset prosessit auttavat yhteisen merkityksen rakentumista. (Downing 2005: 187–189.) Narratiiveja voidaan käyttää apuna esimerkiksi ongelmanratkaisussa. Organisaatioiden kohtaamien ongelmien nimeämisessä, käsittelyssä ja ratkaisemisessa voidaan käyttää hyödyksi tarinoita, sillä kertomukset välittävät ja rakentavat tietoa (Heikkinen 2007: 142). Narratiivisen tutkimuksen yleistyminen on osa konstruktivismin yleistymistä: tietämisen prosessi liittyy kertomusten kuulemiseen ja tuottamiseen. Tieto muodostuu kertomusten kautta. Narratiivisuudella on tieteellisessä tutkimuksessa erilaisia ulottuvuuksia. Narratiivisuus konstruktivistisena tutkimusotteena tarkoittaa, että ihmiset rakentavat tietonsa ja identiteettinsä kertomusten perusteella. Tieto on alati rakentuva ja kehittyvä kertomus maailmasta. Ei ole yhtä totuutta tai oikeaa kertomusta, vaan ihminen rakentaa tietonsa aikaisemman tietonsa ja kokemustensa varaan. Tieto siis muovautuu ja muuttuu jatkuvasti. (Heikkinen 2007: 144–147.)

### **2.1.1. Rakenteellinen narratiivi**

Strukturalistit olettavat, että narratiiveilla on jonkinlainen yleispätevä rakenne, narratiivirakenne, jota voidaan soveltaa kaikkiin narratiiveihin. Koska kielellisillä yksiköillä on rakenne, myös narratiiveilla täytyy olla rakenne, sillä ne rakentuvat kielellisistä yksiköistä kuten sanoista ja lauseista. (Bal 2009: 182.) Yleisimmin käytetty narratiivirakenne koostuu kolmesta osasta, jotka ovat alku, keskikohta ja loppu (Riessman 2008: 4, Polkinghorne 1995: 6, Pietikäinen ja Mäntynen 2009: 109–110). Esimerkiksi sadut alkavat yleensä ”Olipa kerran...” Narratiivit noudattavat yleensä myös loogista ajallista rakennetta, jossa tapahtumat seuraavat toisiaan kronologisessa järjestyksessä. (Pietikäinen ja Mäntynen 2009: 109–110.) Labov (1972: 359–360) määrittää narratiivin tavaksi, jolla menneitä kokemuksia puetaan sanoiksi, lauseiksi ja lauserakennelmiksi. Labovin (1972: 363) narratiivirakenne koostuu kuudesta osasta, jotka voivat esiintyä eri järjestyksessä. Kertomuksen rakenne sisältää tiivistelmän, esittelyn, mutkistavan toiminnan, loppuratkaisun, päätöksen sekä arvioinnin.

Tiivistelmä eli abstrakti aloittaa kertomuksen ja esittelee sen idean yhdellä tai muutamalla lauseella pähkinänkuoressa. Esittely eli orientaatio kuvaa narratiivin paikan, ajan, henkilöhahmot ja heidän tehtävänsä. Mutkistava toiminta eli komplikaatio aiheuttaa käänteen tapahtumaketjussa: mitä tapahtui ja mitä sitten tapahtui. Loppuratkaisu eli resoluutio kertoo, mitä lopulta tapahtui ja miten tilanne ratkesi. Kertomuksen päätös eli kooda toimii siirtymänä nykyhetkeen. Kertoja palaa takaisin kerrontahetkeen. Kertomuksen arviointi eli evaluointi voi olla ripoteltuna pitkin kertomusta. Tapahtumia arvioidaan ja arvotetaan. Kuulijoille perustellaan, miten tai miksi tämä on kiinnostavaa. (Labov 1972: 363–366, Pietikäinen ja Mäntynen 2009: 111.) Labovin (1972: 366) mukaan kertomusrakenteissa on painotettu alkua, keskikohtaa ja loppua, mutta tärkeä elementti eli arviointi on jätetty vähälle huomiolle. Arvioinnissa perustellaan, mikä on tarinan pointti ja miksi tarinaa kerrotaan. Jos tarinalla ei ole mitään tarkoitusta, vastaanottaja voi vähätellä sitä. (Labov 1972: 366–369.) Labov (1972: 375) siis keskittyi puhuttuihin narratiiveihin. Suulliset kertomukset on jaettu lauseisiin, jotka on luokiteltu kuuteen kategoriaan. Riessman (1993: 17) kritisoi Labovin tiukkaa jaottelua: kaikki narratiivit eivät käsittele yhtä tiettyä menneisyyden tapahtumaa eikä kaikkia narratiiveja voi jaotella samoihin kategorioihin. Kaikki narratiivit eivät myöskään ole suullisia. Vaikka Labovin (1972) rakenteellisella määritelmällä on omat rajoitteensa, sitä käytetään tutkimuksessa paradigmaattisesti (Riessman 1993: 18).

Todorov (1975: 163) puolestaan määrittelee narratiivin rakenteen eli juonen siten, että se on väliaika kahden tyynen tilanteen - *equilibriumin* - välissä. Aluksi asiat ovat aina hyvin, mutta sitten tapahtuu jotakin, joka järkyttää vakautta. Tarinan päähahmo selviää tarinan edetessä monista hankalista tilanteista ja palaa lopulta sinne, mistä on lähtenytkin. Tilanne on lopussa jälleen vakaa, mutta se on erilainen kuin aivan alussa. Narratiivi kuvaa epävakautta kahden vakaan tilanteen välissä. (Todorov 1975: 163–164.) Kertomuksen rakenne siis etenee kohti loppuhuipennusta. Aluksi jännitettä ylläpidetään tietyllä vihjailulla ja epämääräisyydellä, jotka muuttuvat loppua kohden suorudeksi. Alun tapahtumat valmistelevat lukijaa loppuhuipennusta varten. Rakenne ei ole ehdoton, sillä huipennus voi olla myös tarinan alussa. (Todorov 1975: 86–88.) Kolmas hyvin tunnettu strukturalisti on Propp (1998), joka löysi venäläisistä kansansaduista erilaisia henkilöhahmoja. Henkilöhahmoilla oli tarinoissa erilaisia

tehtäviä tai funktioita, joiden määrä on rajallinen. Tehtävät ovat aina samassa järjestyksessä sekä kaikkien tarinoiden rakenne on samankaltainen. (Propp 1998: 21–23.) Greimas (1980) puolestaan laajensi proppilaista tulkintaa ja käytti sitä esimerkiksi talouselämän kuvaamiseen.

### **2.1.2. Narratiivi strukturalismin jälkeen**

Narratiivien strukturalistista tulkintaa on seurannut jälkistrukturalismi, jossa huomio kiinnittyy rakenteen lisäksi myös muihin seikkoihin kuten tekstin vaikuttavuuteen ja tyylikeinoihin (Feldman ym. 2004: 148–149). Laajan määritelmän mukaan narratiivi voi näet olla melkein mitä vain sairauskertomuksista aina elämäkertoihin (Riessman 1993: 17). Narratiivilla tarkoitetaan ihmisen tapaa hahmottaa maailmaa yhteisestä kokemus- ja kertomusvarannosta poimien. Narratiivisuus on ihmiselle luonteenomainen tapa jäsentää maailmaa. Vaikka kertomukset ovat yksilöllisiä, ne ammentavat yhteisön ja kulttuurin makrotasosta. Kertomukset jäsentävät todellisuutta. Narratiiveja voidaan löytää useista paikoista, internetistä, kirjoista, lehdistä ja keskusteluista. (Pietikäinen ja Mäntynen 2009: 104–105.) Vaikka narratiivit käsitetään yleensä kirjallisuuden liittyviksi, niiden avulla voidaan analysoida monenlaisia tekstejä. Tekstit voivat olla kirjoitettuja, puhuttuja tai jopa kuvallisia. Riessmanin (2008: 4–5) mielestä narratiivia sovelletaan joskus jopa liian laajasti: kaikki puhe ja teksti eivät ole narratiivia. Narratiivisuus vaatii tapahtumien jonkinlaista jatkumoa ja rakennetta sekä tiettyjä henkilöahmoja. Riessman (2008: 5) yhdistääkin narratiivin tarinankerrontaan, hän erottelee narratiivin diskurssin kronikoiden, raportoinnin ja väittelyn diskursseista. Czarniawska (2004: 33–34) taas tulkitsee narratiivia laajasti. Kaikki paitsi kaaviot, listat ja reseptit voivat hänen mukaansa olla narratiivisia.

Erilaisilla tarinoilla on monia erilaisia tavoitteita. Yksilöt voivat käyttää narratiiveja muistamiseen, kiistelyyn, suostutteluun ja jopa huijaamiseen. Ryhmät käyttävät narratiiveja toisten ihmisten mobilisointiin ja yhteisöllisyyden lisäämiseen. Narratiivit voivat olla poliittisia ja niiden avulla voidaan vaikuttaa muihin ihmisiin. Kertojat argumentoivat narratiivien avulla. Tapahtumat voidaan järjestää haluttuun järjestykseen, jolla pyritään vaikuttamaan vastaanottavaan yleisöön. Narratiiveja käytetään yleisön

suostutteluun retoristen keinojen avulla. Yleisö osallistetaan kertojan kokemuksiin tarinoiden avulla. Narratiivit voivat viihdyttää yleisöään ja vedota vastaanottajiensa tunteisiin. Yleisöä voidaan toisaalta myös tietoisesti johtaa harhaan kertomusten avulla, koska suostuttelu on narratiiveissa niin tehokkaasti läsnä. Narratiivit voivat helpottaa yhteiskunnallisia muutoksia tekemällä jostain asiasta yleisesti hyväksyttävämpää. Ihmiset voivat myös jäsentää menneitä tapahtumia narratiivien avulla. Paikallisella tasolla tarina on tarkoitettu tietyille yleisölle ja tietyille vastaanottajille, jotka tulkitsevat narratiivin kukin omalla tavallaan (Riessman 2008: 8–9.)

Puhuttu ja kirjoitettu tarinankerronta koetaan ihmiselle luonnolliseksi kommunikaatiomuodoksi, mutta konteksti vaikuttaa aina kerrontaan. Tarina sijoittuu aina johonkin kulttuuriin ja instituutioon. (Riessman 2008: 183.) Jotta narratiivi voidaan ymmärtää, sillä täytyy olla historiallinen ja institutionaalinen konteksti. Instituutiot ovat rakentuneet sosiaalisesti, ja ne luovat narratiiville kontekstin. (Robichaud 2003: 44.) Narratiivit eivät ole aina ennalta määriteltyjä ja koherentteja, ne voivat olla myös spontaaneja, hetkellisiä ja improvisoituja. Näissä tilanteissa korostuvat aika ja konteksti. Narratiivit elävät hetkessä, jossa niitä samalla eletään ja muokataan ja niille kehitetään jatkuvasti uusia merkityksiä. Menneet tapahtumat vaikuttavat nykyisiin kohtaamisiin, jotka puolestaan muokkaavat tulevia tapahtumia. Narratiivinen aika ei ole aina menneisydessä. Narratiivit ovat myös moniäänisiä ja ne voidaan nähdä kilpailevien äänien kamppailuna. (Cunliffe ja Coupland 2011: 67.) Joidenkin tutkijoiden mukaan narratiivit ovat realistisia kuvauksia todellisuuden tapahtumista. Toisten mielestä narratiivit taas ovat välineitä vastaanottajien suostutteluun ja omien poliittisten ja ideologisten näkemysten levittämiseen. Riessmanin (1993: 22) mukaan narratiivit ovat tulkintaa, joka puolestaan vaatii tulkintaa. Pelkkä tarinan tunnistaminen tai löytäminen ei riitä. Täytyy tulkita, mitkä syyt johtivat tarinan syntymiseen ja millaisia seurauksia sillä on. (Czarniawska 2004: 41.) Ensin tulkitaan, mitä tekstissä lukee (*explication*) ja seuraavaksi, miksi tekstissä lukee niin (*explanation*). (Czarniawska 2004: 73.)

Puhuttiin sitten tarinoista, narratiiveista tai saagoista, näillä kaikilla on monia erilaisia funktioita organisaatioissa. Narratiivien avulla voidaan tehdä ymmärrettäväksi toimintaa organisaatioissa, viestiä toimintaa eteenpäin sekä käyttää tietoa organisatorisessa päätöksenteossa ja muutoksissa (Feldman, Sköldberg, Brown ja Horner 2004: 147).

Tarinankerronta on tärkeä keino, jonka avulla johtajat voivat hankkia ja jakaa tietoa työpaikalla. Tarinoiden kautta voidaan tulkita tunteita ja symboliikkaa organisaatioissa. Ihmiset organisaatioissa ovat tarinankertojia, ja heidän sanomisiaan ja tekemisiään voidaan tulkita eri tavoin. (Rhodes ja Brown 2005: 169.) Tarinankerronta on keskeistä johtamisessa. Johtajat viestivät esimerkiksi muutoksista ja organisaatiokulttuurista tarinankerronnan avulla. Tarinankerronnan avulla luodaan ja ylläpidetään organisaatiokulttuuria sekä legitimoidaan organisaation valtarakenteita. Viestintä organisaatioissa on aktiivista ja subjektiivista toimintaa eikä pelkkää sanomien lähettämistä. (Rhodes ja Brown 2005: 172.)

### 3. TUTKIMUSMETODI

Narratiiveja voidaan tutkia useilla eri metodeilla. Narratiivista eli tarinallista tutkimuskirjoa yhdistää ”tarinan” käsite. Tarina on käsitteenä hyvin abstrakti, ja melkein mitä tahansa aineistoa voidaan käsitellä narratiivisesti. (Riessman 2008: 11, 183; Hänninen 1999: 16.) Robichaudin (2003: 37) mielestä narratiivisen tutkimuksen viitekehys täytyy rakentaa aina tapauskohtaisesti, sillä kenttä on niin laaja. Yleensä ajatellaan, että narratiivisen tutkimuksen tehtävänä on koota aineiston pohjalta uusi teksti ja tulkita sitä (Czarniawska 1999: 23). Kertomukset eivät sisällä pelkästään juonta vaan niissä kertoja myös arvioi kertomusta ja siten osallistuu kertomukseen. Arviointia eli evaluointia tutkimalla voi saada käsityksen esimerkiksi sosiaalisen toiminnan tai kertomuksen rakentaman maailmankuvan arvorakenteista. (Pietikäinen ja Mäntynen 2009: 111.) Narratiivinen tutkimus keskittyy usein tiettyihin tapauksiin, esimerkiksi tässä pro gradu -työssä Talvivaara-tapaukseen. Narratiivinen tutkimus voi paljastaa, miten tietoa rakennetaan jokapäiväisessä elämässä tavanomaisen viestinnän eli tarinankerronnan keinoin. (Riessman 2008: 13–14.) Narratiivit keskittyvät tapahtumiin; ne kuvaavat ihmisen toimintaa ja kokemuksia tietyissä tilanteissa. Koska tutkijat eivät pääse käsiksi varsinaiseen tapahtumaan, he tutkivat muiden ihmisten näkemyksiä (*mimesis*) siitä. (Riessman 2008: 21–22.)

Narratiivinen tutkimus voidaan jakaa kahteen eri luokkaan: narratiivien analyysiin ja narratiiviseen analyysiin. Narratiivien analyysissa kertomukset kategorisoidaan erilaisiin luokkiin. Narratiivinen analyysi taas tuottaa uuden kertomuksen aineiston kertomusten perusteella ja pyrkii tuomaan esille aineiston kannalta keskeisiä teemoja. (Polkinghorne 1995: 12, Heikkinen 2007: 148–151.) Narratiivien tutkimus taas voidaan jakaa kahteen alakategoriaan: paradigmaattiseen ja narratiiviseen. Paradigmaattisessa tutkimuksessa kerätään tarinoita ja käytetään niitä datana, jonka pohjalta etsitään yhtäläisyyksiä ja toistuvia rakenteita ja niistä rakennetaan erilaisia luokitteluja tai kategorisointeja. Narratiivisessa tutkimuksessa taas kerätään tapahtumia ja tietoja, joiden pohjalta laaditaan selittävä kertomus. Narratiivinen tutkimus sopii hyvin kuvaamaan inhimillistä toimintaa tietyissä tilanteissa. Narratiivisen diskurssianalyysin avulla voidaan yhdistää erilaisia tapahtumia ja inhimillistä toimintaa temaattisesti yhtenäisiksi prosesseiksi. Narratiivisen muotoilun (*narrative configuration*) avulla

tapahtumista voidaan rakentaa ajallisesti järjestäytynyt kokonaisuus. Muotoiluprosessissa temaattisesti yhtenäisiä mutta liikkuvia ja eläviä osasia yhdistellään toisiinsa, jotta päästään johonkin lopputulokseen. Temaattista yhtenäisyyttä kutsutaan juoneksi, joka voidaan rakentaa juonellistamisen avulla. Kun tapahtumat juonellistetaan, ne saavat narratiivisen merkityksen. Tapahtumat siis ymmärretään osana tiettyä lopputulosta. (Polkinghorne 1995: 5.)

Polkinghorne (1995: 5) määritteleeekin narratiivin teksteiksi, jotka on juonellisesti järjestetty. Kertomuksia voidaan käyttää narratiivisena aineistona. Inhimilliset kokemukset tulevat hyvin esiin kertomusmuodossa. Tarinoiden ja kertomusten avulla ihmiset voivat etsiä ratkaisuja, selityksiä tai kuvata epäselviä tilanteita. Vain ihmiset kykenevät yhdistelemään todellisuuden palasia merkityksellisiksi kokonaisuuksiksi. (Polkinghorne 1995: 5–6.) Narratiivisessa analyysissä voidaan etsiä syytä jollekin tapahtumalle, esimerkiksi miksi jokin kampanja epäonnistui tai miten jokin yksilö teki tiettyjä päätöksiä. Aineiston narratiivisessa muotoilussa voidaan käyttää erilaisia juonia, esimerkiksi tragediaa, komediaa tai niiden välimuotoja. Olennaista on tietyn päämäärän saavuttaminen – onnistuminen tai epäonnistuminen – ennen tarinan päätöstä. Lopulliseen tarinaan ei voi mahduttaa kaikkea tietoa, mitä on kerännyt. Tiedon täytyy tukea kokonaistarinaa ja sen päämäärää. Olennainen tieto täytyy löytyä tarinasta, muutenhan tarina ei olisi totta. Lopullisen tarinan tarkoituksena on kuitenkin järjestää olennainen tieto siten, että se tuo esille sellaisen merkityksen, jota alkuperäisessä aineistossa ei ollut vielä näkyvillä. (Polkinghorne 1995: 16.)

### **3.1. Narratiivin rakenne ja tarinan juonellistaminen**

Narratiivilla on juoni, ja asiat tapahtuvat tietyssä järjestyksessä. Erilaiset henkilöahmot osallistuvat juonen tapahtumiin, joissa on yleensä jonkinlainen käännekohta. (Riessman 2008: 4.) Rakenteesta ja kronologisuudesta voidaan poiketa, mutta olennaista on, että kertoja ja kuulijat jakavat kertomuksen rakenteen (Pietikäinen ja Mäntynen 2009: 109–110). Tutkimuksessa narratiiveilla on harvoin täysin selkeitä alkua ja loppuja; ne ovat tulkinnallisia. Mikäli tapahtumat eivät ole ajallisesti yhteydessä toisiinsa, ne voidaan



yhdistää esimerkiksi teemallisesti. Yhteinen aihe liittää tapahtumat toisiinsa. (Riessman 1993: 17–18.) Rakenteellinen analyysi tutkii, miten narratiivin rakenne tuo esiin kirjoittajan strategiset tavoitteet eli miten kirjoittaja pyrkii tekemään tarinasta uskottavan tai millaisia erilaisia tyylikeinoja kertoja käyttää. Huomio kiinnitetään kerrotun sijaan kerrontaan ja varsinkin kertojan rooliin kerronnassa. Yksittäinen tapahtuma voidaan kertoa lukemattomilla eri tavoilla. Jotta vastaanottaja saadaan vakuuttuneeksi kerronnasta, voidaan käyttää retorisia keinoja. Rakenne voi tarkoittaa useita eri asioita. Rakenteella voidaan viitata genreen tai juonen etenemiseen. Rakenne voi koostua myös kronologisista tapahtumaketjuista. (Riessman 2008: 77–78.) Kertojan ongelmana on vakuuttaa lukijat siitä, että tarina on oikeasti tapahtunut eikä kertoja ole keksinyt sitä omasta päästään. Rakenteellisen analyysin avulla voidaan tutkia, miten kertoja ratkaisee tämän ongelman. Rakenteellisen analyysin avulla voidaan myös tunnistaa eri kertomuksissa esiintyviä yhtäläisyyksiä ja toistuvia rakenteita. (Riessman 2008: 86–90.)

Juoni yhdistää tapahtumia. ”Yritys tuotti tappiota.” ja ”Toimitusjohtaja erotettiin.” ovat kaksi erillistä tapahtumaa, mutta juonen avulla ne voidaan yhdistää. Lauseessa ”Toimitusjohtaja erotettiin, koska yritys tuotti tappiota.” tapahtumat eivät ole enää toisistaan irrallisia yksiköitä, vaan niillä on kausaalinen yhteys. (Czarniawska 2004: 7.) Juoni voidaan koota viidestä elementistä. Juonessa kuvaillaan, mitä tehtiin (toiminta), missä ja milloin tehtiin (tausta/ympäristö), ketkä tekivät (toimijat), miksi tehtiin (tarkoitus) ja keinot, joilla ratkaisuihin päädyttiin. Kaikki viisi elementtiä esiintyvät draaman kaarella eri laajuisina, mutta niiden täytyy sopia yhteen. Elementit synnyttävät vastaanottajissa ennakko-odotuksia ja he huomaavat, jos osat eivät sovi yhteen. (Czarniawska 1999: 76–77.) Esimerkiksi tiettyihin paikkoihin yhdistetään tietynlainen toiminta: kirjastosta lainataan kirjoja ja kaivoksesta louhitaan metalleja. Kun tapahtumia liitetään toisiinsa juonen avulla, uusia merkityksiä ja erityisesti syy-seuraussuhteita tulee esiin. Juoni onkin se narratiivinen rakenne, jonka kautta ihmiset ymmärtävät ja kuvailevat tapahtumia ja niiden välisiä suhteita. Juoni määrittelee, mitkä tapahtumat mahtuvat mukaan kertomukseen. Juoni järjestää tapahtumat ajallisesti siten, että ne huipentuvat lopussa. Juoni paljastaa, millainen merkitys eri tapahtumilla on tarinalle kokonaisuudessaan. Juoni määrittelee narratiivin ajalliset rajat. Aika voi vaihdella äärettömästi hyvin lyhyeen, kunhan se palvelee tiettyä lopputulosta. Narratiivit katsovat

yleensä menneisyyteen, sillä tapahtumia ja niiden merkitystä on vaikea analysoida ennen kuin ne ovat jo tapahtuneet. (Polkinghorne 1995: 6–8.)

Jos tarinassa ei ole juonta ja tapahtumia vain listataan kronologisesti, kyseessä ei ole narratiivi. Narratiivi vaatii, että tapahtumien välillä on jonkinlainen merkityksellinen yhteys. Tarina ei voi olla pelkästään kronologinen luettelo tapahtumista, tehtävistä sekä pää- ja sivuhenkilöistä. Narratiivissa täytyy myös pitää yllä jännitettä, joka luodaan juonen avulla. Tapahtumien systemaattinen listaus ei riitä, sillä hyvissä tarinoissa on aina juoni. (Czarniawska 1999: 63–64.) Juoni merkitsee sitä, että tapahtumat nivoutuvat toisiinsa merkityksellisellä tavalla. Juoni auttaa kokonaisuuden hahmottamista sekä kontekstin ymmärtämistä. Kronologisten tapahtumien eteneminen juonessa vaatii kausaalisuutta tai tarkoituksenmukaisuutta. (Czarniawska 1999: 65–66, 71.) Tapahtumien järjestystä voidaan tosin muokata tehokeinona (Bal 2009: 79). Ihmiset pyrkivät aina jopa alitajuisesti juonellistamaan tapahtumia, jotta ne olisi helpompi ymmärtää – oli kyse sitten arkielämästä tai organisaatiotodellisuudesta (Downing 2005: 191).

Polkinghorne (1995: 16–18) esittää seuraavanlaiset kriteerit narratiivin muodostamiselle:

1. Kulttuurinen konteksti sisällytetään kuvaukseen. Tapahtumien ja toiminnan merkitys liittyy yleensä aina johonkin kulttuuriseen perintöön; ne eivät synny tyhjästä. Hyväksyttävien henkilökohtaisten päämäärien saavuttaminen perustuu sosiaaliseen ympäristöön. Konteksti antaa tapahtumille tiettyjä merkityksiä, jotka vaikuttavat juonen ymmärrettävyyteen.
2. Puolustajan (*protagonist*) hahmoon kiinnitetään huomiota. Hahmon henkilökohtaiset ominaisuudet antavat tarinalle ajallista ja paikallista ulottuvuutta. Erilaiset ominaisuudet kuten pituus, ruumiinrakenne, älykkyys, ja sairaudet vaikuttavat henkilökohtaisiin tavoitteisiin ja muuttuvat ajan kuluessa.
3. Kulttuurisen ja inhimillisen kontekstin lisäksi kiinnitetään huomiota myös muihin tarinassa esiintyviin henkilöhahmoihin ja heidän vaikutukseensa tarinan kulkuun.
4. Edellä mainitut asiat asettavat tietynlaisen kontekstin ja rajat päähenkilön toiminnalle, mutta tarina keskittyy itse päähenkilöön ja hänen tavoitteisiinsa ja

päämäärinsä. Päähenkilö tekee erilaisia toimia ja valintoja matkalla kohti tavoitetta. Näiden valintojen ja toimien taustoja ja motiiveja on tärkeä ymmärtää.

5. Ihmiset ovat historiallisia olentoja, joiden menneisyys vaikuttaa heidän nykyisiin tekemiinsä. Merkittävät tapahtumat muokkaavat ihmisten tavoitteita ja suhtautumista erilaisiin asioihin. Menneet tapahtumat eivät kuitenkaan välttämättä määrittele nykyisyyttä, vaan tarina voi kertoa myös pyrkimyksestä muutokseen.
6. Narratiivisen analyysin lopputuloksena on tarina, jolla on ajalliset rajat. Tarinalla on alku, keskikohta ja loppu. Tarina tapahtuu tietyssä kontekstissa, jossa keskeistä on tarinan juoni. Tarinan lopputuloksen vaikuttavuus riippuu siitä, miten yksilöidyt henkilöt suhtautuvat kuvauksessa ainutlaatuisen tilanteeseen.
7. Narratiivinen analyysi on uskottava ja ymmärrettävä. Juonen avulla yhdistetään sinänsä irrallisia palasia ymmärrettäväksi kokonaisuudeksi. Vaikka tarinan rakentamiseen ei ole mitään tiettyä kaavaa, tarina rakennetaan tapahtumista ja teoista, jotka tuottavat tietyn lopputuloksen. Tarinan muotoilu aloitetaan yleensä lopputuloksesta, johon sopivat osat valitaan aineistosta.

Polkinhornen (1995: 16–18) kriteerit on alun perin muodostettu elämäntarinan rakentamiselle, minkä vuoksi henkilökohtaiset ominaisuudet ja päähenkilön subjektiiviset kokemukset korostuvat. Vaikka Polkinhornea (1995) ei ehkä aina puhtaaksi strukturalistiksi luetakaan, yhtäläisyyksiä löytyy silti: tarinat sijoittuvat aina menneisyyteen ja niissä on selkeä alku, keskikohta ja loppu. Koska kyseessä on inhimillisen elämäntarinan muodostaminen, voidaan myös kyseenalaistaa sitä, miten hyvin kriteerit soveltuvat organisaatiotarinan muodostamiseen. Toki organisaatioitakin voidaan inhimillistää, ja organisaatioilla on tavoitteita sekä yksilöllisiä ominaisuuksia. Kertomuksessa täytyy aina tehdä valintoja: jotain täytyy kertoa ja jotain jättää kertomatta. Valinnat tekee kertoja omasta näkökulmastaan. Valinnat liittyvät myös valtaan, sillä kertomukset liittyvät arvoihin. Jotkut kertomukset pääsevät legitiimiin

asemaan ja jotkut jätetään kertomatta. Myös kertojan kulttuurin narratiiviset resurssit rajoittavat kertomuksen sisältöä. (Pietikäinen ja Mäntynen 2009: 107–108.)

Organisaatiotutkimuksessa on varsinkin 1990-luvulla käytetty mieluummin termiä ”tarina” kuin ”narratiivi”. Myös termit ”kertomus”, ”saaga”, ”fantasia” ja ”myytti” ovat yleisiä tutkimuksissa. (Rhodes ja Brown 2005: 169–170.) Organisaatioiden narratiiveilla on intertekstuaalisia suhteita muihin teksteihin. Organisaatiot tuottavat jatkuvasti lisää tekstejä, jotka viittaavat suoraan tai välillisesti muihin teksteihin. Teksteillä on myös jatkuvasti useita tulkintamahdollisuuksia ja useita erilaisia merkityksiä. Narratiivi ei ole koskaan valmis ja kokonainen, vaan se on dynaaminen ja elää koko ajan. (Boje 2001: 74.) Vaikka kaikki narratiivit eivät etene lineaarisesti, juoni muodostaa rakenteellisen pohjan analyysille. Juoni on oleellinen osa jännityksen rakentelua ja ylläpitoa eli draaman kaarta. Juoneen voi sisältyä myös välähdyksiä menneisyydestä tai tulevaisuudesta, toistoa ja ellipsejä. Narratiivisen teorian jaottelut voivat rajoittaa tarinan tulkintaa. Todellisessa maailmassa tarinoilla ei ole selkeää alkua ja loppua, ne ovat vain muokattuja osasia todellisuudesta. Kertojat valitsevat ja liittävät osasia toisiinsa organisatorisessa kontekstissa. Tarinat käyvät dialogia toistensa kanssa. (Boje 2001: 121–126.)

Narratiivisessa organisaatiotutkimuksessa tarinan juoni alkaa usein yritystä kohtaavista ongelmista, jotka täytyy ratkaista. Esimerkiksi yritys menettää markkinaosuuttaan tai markkinoille tulee uusi teknologia tai kilpailija. Nämä rikkovat vakauden, *equilibriumin*. Seuraavaksi edetään rationaalista polkua, joka lopulta johtaa joko vakauden palaamiseen tai täysin odottamattomiin lopputuloksiin. (Czarniawska 1999: 74–75.) Koska organisaatioiden todellisuus on monimutkainen (Czarniawska 1999: 79–95), perinteiset narratiivit voivat olla liian realistisia ja sisäänpäin kääntyneitä, jolloin ne vahvistavat jo olemassa olevia toimintatapoja eivätkä auta tunnistamaan uusia ongelmia ennen kuin on liian myöhäistä (Snowden 2011: 269). Useissa organisaatioita käsittelevissä teksteissä on romanttinen juoni, jota ei kyseenalaisteta. Toimitusjohtaja on aina sankari, ja menestyvä yritys kehittyy jatkuvasti, jotta voi tarjota työpaikkoja ja puhtaamman ympäristön. Todellisuus ei välttämättä ole kaikkien mielestä näin hieno. (Boje 2001: 27.) Juoni ei välttämättä ole pelkästään kronologisesti etenevä tapahtumaketju, vaan juoni on se, joka liittää tapahtumat toisiinsa narratiiviseksi

rakennelmaksi. Voi olla myös epäjuoni ja voidaan tarkkailla sitä, kuka hallitsee juonta eli tapahtumien kulkua. Voidaan analysoida sitä, miten juonet rakentuvat sosiaalisissa verkostoissa. (Boje 2001: 108.). Todellisuus on kaoottinen ja monimutkainen, joten kausaalisuhteilla ei voi selittää kaikkia tapahtumia (Boje 2001: 93–95).

### **3.2. Diskursiivisuus ja retoriikka tutkimusmetodina**

Yksi tarinoiden tai narratiivien tärkeimmistä tehtävistä on suostutella lukijaansa. Retoriikka tarkoittaakin lyhyesti ”suostuttelun taitoa” (Suddaby ja Greenwood 2005: 39). Retoriikka on sellaista kielenkäyttöä, jonka avulla pyritään vaikuttamaan sosiaalisen todellisuuden rakentumiseen (Shepherd ja Challenger 2013: 230). Tässä pro gradu -tutkielmassa on tutkittu yhden joukkotiedotusvälineen eli *Talouselämä*-lehden kielenkäyttöä, tarkemmin sanottuna Talvivaaran narratiivia. Erilaiset narratiivit tuodaan esiin erilaisia tehokeinoja käyttämällä. Tarinat myös juonellistetaan tehokeinojen avulla (Czarniawska 2004: 20–21). Tehokeinot voidaan edelleen jakaa erilaisiin retorisiin keinoihin, joilla kirjoittaja eli tässä tapauksessa toimittaja pyrkii suostuttelemaan lukijaansa ja tekemään tekstistä uskottavaa ja legitiimiä. Retorisia keinoja käytetään kaikessa kanssakäymisessä jatkuvasti, vaikkei niitä aina suoranaisesti tiedostettaisikaan (Czarniawska 2004: 21). Retorisen tyylin analysointi paljastaa, miten sanoja käytetään merkitysten luomisessa. Retoriikan analyysi taas paljastaa, mikä on tehokkain keino käyttää sanoja halutun lopputuloksen saavuttamiseksi. (van Dijk 1991: 209.)

Retorinen analyysi tarkastelee merkityksen tuottamisen kielellisiä prosesseja siitä näkökulmasta, miten jotkut todellisuuden versiot pyritään saamaan vakuuttaviksi ja kannatettaviksi, ja miten yleisö saadaan sitoutumaan niihin (Jokinen 1999: 126). Retorinen analyysi ei pureudu faktoihin tai kirjoittajan tai puhujan asenteisiin, vaan se pyrkii pureutumaan asian argumentointiin. Analyysin tavoitteena on tarkastella, mitä argumenteilla tai selonteoilla tehdään tilanteissa, joissa ne tuotetaan. Argumentointi on sosiaalista toimintaa, jonka ymmärtäminen vaatii käsitteiden asenne, fakta ja kategoria uudelleen tulkitsemista. Asennetta ei tarkastella ihmisen sisäisenä tilana, jonka kieli heijastaa ulos. Mieluummin käytetään käsitettä asemoituminen, jolla tarkoitetaan

tietyntyyppisen position ottamista julkisessa keskustelussa. Argumentoinnilla pyritään vahvistamaan omaa positiota ja toisaalta heikentämään ja arvostelemaan vastapositiota. (Jokinen 1999: 127.)

Yleisöä pyritään sitouttamaan vakuuttavan ja suostuttelevan retoriikan avulla. Argumentoinnin vakuuttavuus rakentuu vasta silloin, kun se vastaanotetaan. Mikäli aineisto ei anna mahdollisuutta tarkastella elävää yleisösuhdetta, voidaan tarkastella itse tekstin yleisösuhdetta: kenelle teksti on suunnattu ja kenet se pyrkii vakuuttamaan. Vakuuttavaa retoriikkaa tarkastellaan yleensä faktan konstruointina, jolloin kuvaukset pyritään esittämään kiistanalaisten väitteiden sijaan kiistattomina tosiasioina. Tällöin sosiaalisen todellisuuden konstruktiiivinen luonne hämärtyy ja vaihtoehtoiset jäsenystävät heikentyvät. Todellisuutta tuotetaan kategorisoimalla. Erilaisia asioita voidaan lajitella eri tavoin, esimerkiksi toiset määritellään normaaleiksi ja hyväksyttäviksi, toiset epänormaaleiksi ja tuomittaviksi. Erilaiset kategoriat muodostuvat sosiaalisessa neuvottelussa. Ihmiset muodostavat erilaisia jäsentelytapoja, joita he pyrkivät kaupittelemaan toisilleen erilaisin retorisin keinoin. (Jokinen 1999: 128–130.)

Neljä klassista retorista keinoa ovat metafora, metonymia, synekdoke ja ironia (Czarniawska 2004: 20–21, McCloskey 1986: 84). Metafora selittää tuntemattoman käsitteen vertaamalla sitä tunnettuun käsitteeseen. ”Kuu on juustoa.” Metonymiassa korvataan käsite toisella läheisellä käsitteellä, esimerkiksi kuninkaasta voidaan käyttää vertauskuvana kruunua tai maasta sen lippua. Synekdokeessa käsitteen osa voi kuvata sen kokonaisuutta tai kokonainen osaa, esimerkiksi kädet voivat kuvata työläisiä ja aivot intellektuelleja. Ironiassa pelataan käänteisellä merkityksellä ja kuvataan käsitettä sen vastakohtalla. Esimerkiksi anoppia kuvataan lempeäksi, vaikka suhde ei oikeasti olisi kovin lämmin. (Czarniawska 2004: 20–21.)

Metaforia käytetään erityisesti romanttisissa tarinoissa, joissa yksi keskeinen hahmo tavoittelee tiettyä päämäärää. Esimerkiksi prinssi tavoittelee prinsessaa. Sankari(t) edustavat järjestystä, kun taas heidän vastustajansa edustavat pahuutta ja epäjärjestystä. Romanttiset tarinat perustuvat ennakko-oletukselle, että kaikilla asioilla on oikea ja todellinen merkitys, joka tulee esiin, kun ratkaisu saavutetaan. Tällöin metafora selittää itsensä tarpeettomaksi. Prinssi on yhtä kuin hyvyys. (Czarniawska 1999: 21.)

Tragedioissa ihmiskunta alistetaan kohtalolle ja koviille kokemuksille. Tragedioissa käytetään erityisesti metonymiaa, jonka avulla kuvataan esimerkiksi hahmon kivenkovaa kohtaloa. Kivi on siis kohtalon metonyymi. Komedoissa taas hahmot kohtaavat monia kummelluksia, mutta toisin kuin tragediat, ne yleensä päättyvät onnellisesti. Komedioissa käytetään usein synekdokeeta, jolloin osa kuvaa kokonaisuutta. Satiireissa taas käytetään ironiaa, sillä niissä korostuvat vastakohtaisuudet ja paradoksaalisuus. (Czarniawska 1999: 21.) van Dijk (1991: 217–221) puolestaan löysi tutkimistaan uutisteksteistä seuraavanlaisia retorisia keinoja: alliteraatio, riimit ja rinnastukset, hyperbola eli liioittelu, aliarviointi, metafora, vertailu ja metonymia.

Retoriikan erottaa muusta kielenkäytöstä eli diskursseista juuri sen tavoite: retoriikan tavoitteena on argumentoida asian puolesta tai vastaan. Retoriikan tavoitteena on vaikuttaa vastaanottajiin. (McCloskey 1986: xvii–xviii.) Taloustieteissä lukijoihin pyritään vaikuttamaan tilastotieteen avulla eli käytännössä matemaattisesti ja numeerisesti. Numerot ovat persoonattomia, ja niiden oikeellisuutta tai todenmukaisuutta on hankalampi vastustaa kuin jonkin henkilön tai henkilöryhmän tekemiä väitteitä. Toisaalta numeroiden taakse on myös helppo piiloutua ja niiden avulla voidaan johtaa vastaanottajia harhaan. Taloustieteissä vedotaan usein auktoriteetteihin. Jos auktoriteetti on tarpeeksi korkea-arvoinen, esitetty väittäminen on helpompi uskoa. (McCloskey 1986: 70–71.) Taloudessa ja talouden puheessa ja kirjoituksissa käytetään paljon retorisia keinoja, mutta niihin on kiinnitetty vähän huomiota (McCloskey 1986: 72–75). Pääosa huomiosta on annettu tilastoille ja tilastotieteen menetelmille (McCloskey 1986: 170–171).

Retorisia keinoja voidaan siis listata ja jaotella useilla eri tavoilla. Neljän klassisen keinon rinnalle ja lisäksi voidaan löytää myös seuraavanlaisia retorisia keinoja:

1. Etäännyttäminen omista intresseistä
  - Mikäli argumentin esittäjän ajatellaan ajavan omia etujaan, yleisön vakuuttaminen on vaikeaa. Vakuuttavuuden lisäämiseksi esittäjän on etäännyttävä oma etunsa esitetystä argumentista.

- Joskus myös omien intressien ja muiden liitosten rehdillä tunnustamisella voidaan saavuttaa luottamus. Esimerkiksi vedotaan omakohtaisiin kokemuksiin, joihin ulkopuolisilla ei ole pääsyä.
2. Puhujakategorioilla oikeuttaminen
- Joihinkin kategorioihin sijoitetaan oikeus tietynlaiseen tietoon ja tietämykseen. Arvostetusta kategoriasta lausuttu puhe saa helpommin vakuuttavan statuksen riippumatta lausutun sisällöstä. Esimerkiksi professorin tai lääkärin mielipidettä voidaan pitää uskottavana, vaikkei asia liittyisi itse professorin alaan.
  - Puhuja voi asettaa itsensä yleisölle tuttuun kategoriaan.
3. Liittoutumisasteen säätely
- Mikä on puhujan liittoutumisen aste suhteessa esitettyyn kuvaukseen tai väitteeseen? Puhutaanko omasta kokemuksesta vai välitetäänkö jonkun toisen viestiä?
4. Konsensuksella tai asiantuntijan lausunnolla vahvistaminen
- Asia ei ole henkilökohtainen mielipide, kun muut tahot vahvistavat sen.
  - Miten konsensusta rakennetaan eri osapuolten välille ja miten eri osapuolten väliset riippuvuussuhteet voidaan kuvailla?
  - Toimii erityisen tehokkaasti silloin, kun toinen taho on arvovaltainen. Esimerkiksi omaa sanomaa voidaan vahvistaa tutkimustuloksella tai asiantuntijan lausunnolla.
  - Me-retoriikka: väitteen esittäjä ei seiso väitteen takana yksin, vaan hän esittää väitteen suuremman joukon puolesta.
  - Konsensuksen tuottaminen toimii erityisesti silloin, kun vedotaan kulttuurisiin näkemyksiin tai toimintatapoihin, jotka ovat yleisesti hyväksytyjä ja jaettuja.
5. Tosiasiat puhuvat puolestaan
- Asiat saadaan näyttämään puhujista ja tulkinnoista riippumattomilta tosiasioilta, jolloin esimerkiksi tutkijan persoona häivytetään tieteellisestä argumentaatiosta.
  - Toimijoiden rooli ja vastuu asioiden kulusta hämärtyy: asiat vain tapahtuvat ihmisille ilman heidän omaa vaikutustaan. Tämä on tyypillistä talouden retoriikassa, jossa markkinat tekevät, pääoma karkaa ja niin edelleen.
  - Vaihtoehdottomuuspuhe esittää vain yhden mahdollisen ja järkevän tapahtumienkulun ja tukahduttaa muut artikulaatiovaihtoehdot.



Vaihtoehdottomuuspuhe tekee moraalisisista kannanotoista turhia, sillä niitä tarvitaan vain silloin, kun on erilaisia vaihtoehtoja.

- Toimijuuden kadottaminen voidaan toteuttaa myös passiivia tai nominalisaatiota käyttämällä, esimerkiksi ”pankeissa vaan tehdään näin”.
6. Kategorioiden käyttö vakuuttamisen keinona
- Koska asioita voidaan luonnehtia vaihtoehtoisilla kielikuvilla, kaikkea kategorisointia voidaan pitää vakuuttamiseen pyrkivänä. Kategoriat luodaan aina tiettyjä tarkoitusperiä varten.
  - Erilaisten kategorioiden tilanteinen käyttö: erilaiset kategoriat palvelevat erilaisten funktioiden toteutumista, esimerkiksi oikeuttamista tai kritisointia. Kategorioita voidaan myös täsmentää ja jakaa alakategorioihin.
7. Yksityiskohdilla ja narratiiveilla vakuuttaminen
- Yksityiskohtaisilla kuvauksilla ja niiden sijoittamisilla osaksi joitain tapahtumakulkuja eli narratiiveja voidaan tapahtumista tuottaa autenttinen ja todenmukainen vaikutelma.
  - Koska tapahtumakulku ja rakenne ovat ennalta arvattavia, kuulija voi asemoitua tapahtumien todistajaksi ja täydentää kuulemaansa itse tarpeelliset ja oikeat tulkinnat.
  - Murenevat yksityiskohdat voivat myös kaataa koko tarinan. Tällöin voi olla tehokkaampaa lisätä yleisyystasoa ja epämääräisyyttä.
8. Numeerinen ja ei-numeerinen määrällistäminen
- Numeerinen vahvistaminen käyttää lukuja, kuvioita ja kaavioita esitetyn tukena. Ei-numeerinen vahvistaminen käyttää sanomaa tukevia adjektiiveja.
  - Mitä kvantifioidaan? Kuinka kvantifiointia käytetään argumentaatiossa? Mitkä ovat kvantifioinnin funktiot?
  - Numeerinen esittäminen luo mielikuvan yksiselitteisestä ja riidattomasta tiedosta. Tarkastelu-ulottuvuutta vaihtamalla voidaan kuitenkin käyttää samaa aineistoa sekä tukevana että vastustavana argumentaationa.
  - Adjektiivit tai ääri-ilmaisut voivat toisinaan olla vaikuttavampia kuin numerot.
  - Kvantifiointi on monitulkintaista.
9. Metaforien käyttö

- Jotakin asiaa on kuvattu sellaisilla käsitteillä, jotka eivät vastaa sen kirjaimellista määritelmää. Metafora tekee jonkin asian ymmärrettäväksi liittämällä siihen merkityksiä jostakin aiemmin tunnetusta asiasta.
- Metaforat ovat retorisesti voimakkaita siten, että ne luovat onnistuessaan tehokkaasti haluttuja mielleyhtymiä.

#### 10. Ääri-ilmaisujen käyttäminen

- Joka kerta, aina, ei koskaan, ei todellakaan, täysin, ikuisesti, täydellisesti, koko ajan, ei mitään jne. Ääri-ilmaisujen vastustaminen on vaikeaa. Ne joko maksimoivat tai minimoivat niitä piirteitä, joita asiaan halutaan liittää.
- Asiasta voidaan rakentaa säännönmukainen, mikä on uskottavampaa kuin satunnaisuus.
- Omaa toimintaa voidaan oikeuttaa normalisoimalla sitä: *jokainen* toimisi näin.

#### 11. Muita retorisia keinoja

- Kolmen listalla luodaan vaikutelma yleisestä piirteestä tai tavanomaisesta toiminnasta.
- Kontrastiparin käyttö: haluttu pari ladataan positiivisilla merkityksillä, toinen pari negatiivisilla.
- Konkreettiset esimerkit ja erilaiset rinnastukset tekevät argumentista helposti ymmärrettävän vastaanotettavan.
- Toisto ja tautologia.
- Oletettuun vasta-argumenttiin varautuminen. (Jokinen 1999: 133–155.)

Puolustava retoriikka pyrkii vahvistamaan omaa argumentaatiota ja saamaan yleisön vakuutettua esitetyn argumentin totuudellisuudesta ja kannatettavuudesta. Huomio ei ole retorisisissa strategioissa itsessään, vaan siinä miten niitä käytetään. Tutkija ei arvuuttele toimijan yksilöllisiä motiiveja vaan huomio on toiminnassa ja toiminnan seuraamuksissa. Ei myöskään voida olettaa, että vakuuttamisen keinot toimisivat kaikissa yhteyksissä samalla tavalla. Esitetyn argumentin vakuuttavuutta voidaan lisätä sellaisilla retorisisilla keinoilla, jotka keskittyvät väitteen esittäjään tai esitettyyn argumenttiin. Luotettavana pidetyn argumentoijan väitteet saavat enemmän kannatusta kuin epäluotettavan. Erilaisilla retorisisilla keinoilla voidaan puolestaan lisätä esitetyn

argumentin totuudellisuutta tai kannatettavuutta. (Jokinen 1999: 132–133.) Tutkimusta varten rakennettiin oma aineiston lukuviitekehys, joka koostuu narratiivisuuden ja diskursiivisuuden teorioista.

**Taulukko 1.** Aineiston lukuviitekehys.

<b>Teoria</b>	<b>Tutkijat</b>	<b>Relevantit tutkimukset</b>
<b>Rakenteellinen lähestymistapa narratiiviin</b>	Labov (1972)  Todorov (1975)  Propp (1998/1958) Polkinghorne (1995)  Hänninen (1999)  Hartz ja Steger (2010)    Luoto (2010)	Language in the Inner City. Studies in the Black English Vernacular.  The Fantastic. A Structural Approach to a Literary Genre  Morphology of the Folktale  Narrative Configuration in Qualitative Analysis  Sisäinen tarina, elämä ja muutos  Heroes, Villains and `Honourable Merchants': Narrative Change in the German Media Discourse on Corporate Governance.  The Reflective Structuration of Entrepreneurship. As Contextualized to the Finnish University and Polytechnic Students' Narratives
<b>Diskursiiviset legitimointistrategiat ja retoriikka</b>	McCloskey (1986) Fairclough (1997/1995)  Boje (1995)   Lamertz ja Baum (1998)   Feldman, Sköldberg, Brown ja Horner (2004) Suddaby ja Greenwood (2005)  Vaara, Tienari ja Laurila (2006)   Shepherd ja Challenger (2013)	The Rhetoric of Economics  Miten media puhuu?/ Media Discourse  Stories of the Storytelling Organization: A Postmodern Analysis of Disney as Tamara-Land  The Legitimacy of Organizational Downsizing in Canada: An Analysis of Explanatory Media Accounts  Making Sense of Stories: A Rhetorical Approach to Narrative Analysis  Rhetorical Strategies of Legitimacy   Pulp and Paper Fiction: On the Discursive Legitimation of Global Industrial Restructuring  Revisiting Paradigm(s) in Management Research: A Rhetorical Analysis of the Paradigm Wars

#### 4. TUTKIMUSAINEISTO JA SEN ANALYYSI

Nykyajan organisaatioissa keskustelut eivät ole vanhanajan tarinankerrontaa, jossa yleisö kokoontuu kuuntelemaan yhtä tiettyä kertojaa kertomuksen alusta loppuun. Kertomuksia kerrotaan siellä täällä ja hyvin pirstaleisesti. Muut keskeyttävät ja täydentävät kertojaa. (Czarniawska 2004: 38–39.) Tarina ei olekaan sama asia kuin aikajana, vaan se on luotu kuvaus tapahtumista, josta löytyy erilaisia yhtäläisyyksiä ja merkityksiä. Mikä tahansa tapahtuma voidaan kertoa usealla eri tavalla ja lukemattomia kertoja. Myös tapahtumien tulkinnat vaihtelevat. (Rhodes ja Brown 2005: 167.) Narratiivi on laajasti hyväksytty tapa tutkia organisaation muutosta, oppimista, strategiaa ja johtamista. Ihmiset muodostavat strategisia päätöksiä rakentamalla tarinoita, jotka on koottu monenlaisista tiedonjyväsistä ja monista eri lähteistä. Organisaatioiden tarinoilla on materiaallinen olomuoto. Tarinoita löytyy vuosikertomuksista, puheista, koulutusohjelmista, tilintarkastuksista ja käytäväkeskusteluista. Aineistossa käytetty kieli voi olla verbaalista tai nonverbaalista, se voi olla numeroita, erikoisalan kieltä tai jopa arkkitehtuuria. Organisatoriset tarinat ovat moninaisia ja monimutkaisia ja niitä voidaan tulkita monin eri tavoin. (Boje 2006: 218–219.)

Teksti voi olla kirjoitettua tai puhuttua kieltä. Kirjoitettuihin teksteihin voi liittyä myös kuvia ja kaavioita. (Fairclough 1995: 4.) Kieli ja kielenkäyttö muovautuvat yhteiskunnallisesti, mutta ne myös muovaavat yhteiskuntaa. Kieli on yhtäältä yhteiskunnallinen tuotos ja toisaalta yhteiskunnallinen vaikuttaja. (Fairclough 1997: 75–76.) Se, mitä tekstissä on, voi olla eksplisiittistä eli suoraa tai implisiittistä eli epäsuoraa. Sisältö vaatii lukijalta myös tulkintaa. Implisiittisen sisällön tulkinta voi paljastaa, mitä tekstissä pidetään itsestäänselvyytenä tai mikä on tekstin ideologinen tausta. (Fairclough 1995: 4–6.) Tiedotusvälineitä ja tarkemmin sanottuna lehdistöä voidaan käyttää aineistona, kun halutaan saada kuuluviin organisaation ulkopuolinen, tulkittu ääni. Lehdistöllä on mahdollisuus tavoittaa laajakin yleisö. Lehdistö toimii sosiaalisen vuorovaikutuksen välineenä, jonka avulla organisaatiotodellisuutta voidaan merkityksellistää, tehdä ymmärrettäväksi ja legitimoida. (Lamertz ja Baum 1998: 100–101.) Tässä työssä aineisto eli teksti on kirjoitettua ja painettua kieltä. Kuvia tulkitaan hyvin rajallisesti, sillä pyrkimys on paneutua nimenomaan kirjoitetun tekstin tulkintaan.

Aluksi esitellään lyhyesti aineistona toimiva Talouselämä-lehti ja tapauksena toimiva Talvivaara-kaivos. Esittelyjen jälkeen kerrotaan, miten aineistoa on käsitelty.

#### **4.1. Talouselämä-aikakauslehti**

Aikakauslehtiä tilaavat yksittäiset lukijat toisin kuin sanomalehtiä, jotka toimivat yleensä alueellisesti (Töyry 2009: 129). Esimerkiksi Pohjalainen ja Ilkka toimivat Pohjanmaalla tai Aamulehti Pirkanmaalla. Aikakauslehdet on koottu jonkun tietyn tyylin, aiheen tai näkökulman ympärille (Töyry 2009: 129). Esimerkiksi Talouselämä-lehti ja uutisoi nimensä mukaisesti pääasiassa talouteen liittyvistä aiheista. Aikakauslehdissä keskitytään enemmän tiettyyn kohdeyleisöön kuin sanomalehdissä, joiden lukijakunta on hajanaisempi ja paikallisesti rajoittuneempi (Töyry 2009: 129). Talouselämä on suomalainen Talentum Oy:n julkaisema aikakauslehti. Talentumin (2014) verkkosivujen mukaan lehteä lukevat päättävässä asemassa olevat korkeasti koulutetut ja hyvätuloiset henkilöt. Lukijat kuuluvat yleisimmin yleisjohtoon ja osallistuvat päätöksentekoon yrityksissä. Lehden levikki vuonna 2012 oli 80 900 kappaletta ja lukijamäärä 178 000 henkilöä. Lehden päätoimittajana on vuodesta 2010 alkaen toiminut Reijo Ruokanen. (Talentum 2014.) Ennen Ruokasta päätoimittajana oli Pekka Seppänen (Puustinen 2010).

Talouselämä-lehti julkaisee vuosittain noin 45 numeroa eli se on lähes viikoittain ilmestyvä aikakauslehti. Lehti on jaoteltu osastoihin, jotka vuosina 2008 olivat vielä Tänään, Analyysit, Sijoituselämä, Uratie, Joka viikko ja Viikon yritykset. Vuodesta 2012 lähtien rakenne on hieman muuttunut ja osastot ovat nimeltään Uutiset, Keskellä, Sijoituselämä, Uratie ja Tebatti. Uutisissa käsitellään ajankohtaisia aiheita, Sijoituselämässä pörssiasioita, ja Tebatti on yleisönosasto. Talentumin verkkosivujen (2014) mukaan Talouselämä ”kertoo, mitä on tapahtunut ja myös sen, miksi tapahtui ja mitä tapahtuu seuraavaksi. Paitsi vankkaa asiaa, Talouselämä tarjoaa myös näkemyksiä ja elämyksiä.” Kuvailun mukaan lehti siis kertoo myös tapahtumien taustoja ja syitä eikä pelkästään raportoi. Kuvailusta käy ilmi, että toimittajat esittävät tarvittaessa mahdollisia skenaarioita tulevaisuudesta. Viihteellisyyttäkään ei ole unohdettu, sillä

lehti loppuu aina humoristiseen kolumniin. Muutkin kolumnistit sekä päätoimittaja esittävät lehdessä toisinaan kärkeviä kommentteja ja ottavat kantaa ajankohtaisiin aiheisiin.

Itse olen ollut Talouselämän kestotilaaja vuodesta 2007 lähtien. Talouselämää ennen tilasin Kauppalehteä, mutta koska en ehtinyt paneutua päivittäin julkaistavaan lehteen, halusin tilata harvemmin ilmestyvän julkaisun, joka paneutuu aiheisiinsa syvällisemmin. Jos haluaa vain lukea ajankohtaisista tapahtumista, kuten pörssikurssien liikkeistä tai toimitusjohtajien irtisanomisista, nämä saa nopeasti luettua internetistä. Talouselämä siis tarjoaa mielestäni syvällisempää ja tarkempaa sisältöä, analyyseja ja kommentointia kuin kilpailevat päivittäisjulkaisut. Talvivaarasta olisi saatavilla laajasti aineistoa myös muista tiedotusvälineistä, mutta valitsin Talouselämän, koska se keskittyy nimenomaan talousasioihin, se on suunnattu rajatummalle kohderyhmälle kuin esimerkiksi Ilta-Sanomat tai Helsingin Sanomat ja artikkelit on mielestäni laadittu hyvien journalististen periaatteiden mukaisesti. Kielioppivirheitä näkee harvoin, ja jutut on mielenkiintoisesti kirjoitettu. Tämän tutkimuksen aineistoa olisi voinut laajentaa monella eri tavalla. Esimerkiksi iltapäivälehdistöstä olisi saanut raflaavampia uutisia ympäristöongelmista, tai internetin keskustelupalstoilta löytyi paljon kommentteja Talvivaaran pörssikurssin liikkeisiin tai liiketoiminnallisiin ongelmiin liittyen. Aineisto oli kuitenkin rajattava jollakin tavalla. Ennako-olettamuksena on, että Talouselämä-lehden artikkeleissa olisi esitelty eri toimittajien, poliitikkojen ja asiantuntijoiden mielipiteitä mahdollisimman laajasti.

#### **4.1.1. Talvivaara-kaivos**

Talvivaara on Sotkamossa sijaitseva kaivos, joka listautui ensin Lontoon pörssiin vuonna 2007 ja vuonna 2009 myös Helsingin pörssiin. Oikeudet kaivosalueeseen olivat ensin Outokumpu-konsernilla, mutta esiintymiä pidettiin liian niukkoina taloudelliseen hyödyntämiseen. Outokumpu myi kaivosoikeudet vuonna 2004 Talvivaaralle. Samalla myytiin myös käyttöoikeudet bioliuotusprosessiin, jonka avulla Talvivaara erottelee metallit malmista. Kaivos tuottaa pääasiassa nikkeliä, jota on tavoitteena tuottaa noin 50 000 tonnia vuodessa. Tällä tuotantomäärällä kaivoksen malmivarantojen arvellaan

riittävän vajaan 50 vuotta. Metallit louhitaan avolouhintana ja erotellaan biokasaliuotusprosessilla. Avolouhinta tarkoittaa, että kaivos ei sijaitse maan alla tunneleissa. Biokasaliuotusprosessi taas tarkoittaa, että metallit erotellaan murskeesta bakteerien avulla. Nikkelin lisäksi sivutuotteina syntyy myös kuparia, sinkkiä ja kobolttia. (Talvivaara 2014.)

Talvivaaran osakekurssi Helsingin pörssissä listautumisen alussa eli 11.5.2009 oli 3,13 euroa. Tämän Pro gradu -työn tarkastelujakson päättyessä 31.12.2012 osakekurssi oli 1,24 euroa. Korkeimmillaan osakekurssi kävi Helsingin pörssissä loppuvuodesta 2010 ja alkuvuodesta 2011 noin seitsemässä eurossa. Kirjoitushetkellä 11.4.2014 osakekurssi oli 0,06 euroa. Talvivaara on toistuvasti jäänyt tuotantotavoitteistaan, ja tuotto on jäänyt tilikausina 2007–2013 pääosin tappiolliseksi. (Talvivaara 2014.) Taloudellisia tunnuslukuja Talvivaaran toiminnasta on melko vaikea antaa, sillä toimintaa ei oikein missään vaiheessa ole saatu kunnolla käyntiin, ja tuotantotavoitteista on jääty toistuvasti. Liikevaihto oli vuonna 2010 päättyneellä tilikaudella 152,2 miljoonaa euroa. Sitä aiemmalla tilikaudella liikevaihto taas oli vain 7,6 miljoonaa euroa. Ensimmäinen liikevoitto kokonaiselta tilikaudelta eli vuonna 2010 päättyneeltä kaudelta oli 25,5 miljoonaa euroa, kun taas vuotta aiemmin liiketappio oli 54,8 miljoonaa euroa. (Talvivaara 2014.)

Keväällä 2014 kaivos on hakeutunut yrityssaneeraukseen ja etsinyt lisärahoitusta toimintansa jatkamiseen (Liimatainen 2014). Lisärahoitusta ei ole löytynyt, sillä marraskuun alussa 2014 kaivos on hakeutunut konkurssiin (Kiviranta 2014). Kun kaupankäynti Talvivaaran osakkeilla lopetettiin Helsingin pörssissä, osakekurssi oli 0,03 euroa. Talvivaara Sotkamo Oy on siis konkurssiin hakeutunut operatiivinen yhtiö, joka on harjoittanut käytännön kaivostoimintaa. Kaivostoiminnan rahoituksesta vastannut Talvivaaran kaivososakeyhtiö jatkaa vielä toimintaansa ja etsii yhä lisärahoitusta. Konkurssihetkellä Talvivaaran suurin omistaja on valtionyhtiö Solidium, joka omistaa osakkeista 15 prosenttia. (Kiviranta 2014.) Konkurssi tarkoittaa käytännössä samaa kuin yrityksen epäonnistuminen (McGrath 1999: 13; Shepherd, Douglas ja Shanley 2000: 396; Shepherd 2003: 318).

## 4.2. Aineiston kuvaus

Aineistoksi kopioitiin kaikki Talouselämä-lehden Talvivaaraa käsittelevät artikkelit vuosilta 2008–2012. Artikkelit käytiin läpi selaamalla Talouselämä-lehdet yksitellen läpi. Talouselämässä oli vielä vuosina 2008–2010 sisällysluettelon yhteydessä luettelo yrityksistä, joita lehdessä on käsitelty, mikä helpotti manuaalista läpikäyntiä. Vuosilta 2011–2012 jokainen artikkeli jouduttiin etsimään selaamalla kukin lehti kokonaan läpi. Talvivaaraa tai kaivosteollisuutta yleisemmin on käsitelty kaikkiaan 49 erimittaisessa artikkelissa. Pörssiin liittyviä lyhyehköjä analyysseja Sijoituselämä-osastolla on 21 kappaletta. Näissä käsitellään lähinnä yhtiön pörssikurssin liikkeitä ja kurssilaskuihin tai -nousuihin johtaneita syitä. Pidempiä artikkeleita on seitsemän kappaletta, joissa Talvivaaraan tai kaivosteollisuuden aiheisiin on paneuduttu syvällisemmin. Loput artikkeleista ovat henkilöhaastatteluja esimerkiksi poliitikoista tai virkamiehistä, joilla on jonkinlainen suhde Talvivaaraan tai kaivosteollisuuteen. Myös pääkirjoituksia, uutis- tai sijoituskommentteja on muutama. Yleisönosastokirjoituksia on kolme kappaletta, mistä päästään lopulliseen artikkelimäärään eli 49 kappaletta.

**Taulukko 2.** Aineiston lajittelu.

<b>Vuosi</b>	<b>Pää- kirjoitus</b>	<b>Lyhyt uutinen</b>	<b>Artikkeli</b>	<b>Sijoitus- kommentti</b>	<b>Yleisön- osasto</b>	<b>YHT</b>
<b>2008</b>		2	2	1		<b>5</b>
<b>2009</b>				4		<b>4</b>
<b>2010</b>			2	5		<b>7</b>
<b>2011</b>			4	6		<b>10</b>
<b>2012</b>	2	6	7	5	3	<b>23</b>
<b>YHT</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>21</b>	<b>3</b>	<b>49</b>

Pääkirjoituksia on kaksi kappaletta. Ne ovat molemmat vuodelta 2012 ja päätoimittaja Ruokasen kirjoittamia. Toisinaan Talouselämä-lehdessä pääkirjoituksia kirjoittavat myös muut toimittajat, esimerkiksi toimituspäälliköt. Uutinen on journalismin vanhin ja perinteikkäin juttutyyppejä, joita on nykyään laajasti saatavilla eri lähteistä. (Hemánus 1990: 91.) Lyhyeksi uutiseksi on jaoteltu kaikki alle yhden sivun mittaiset artikkelit.



Lyhyet uutiset voivat olla myös sivun laidassa esiintyviä uutiskommentteja, jotka ovat alle sadan sana mittaisia. Artikkeleiksi on lajiteltu kaikki yli yhden sivun mittaiset uutisjutut. Myös haastattelut kuuluvat tähän kategoriaan, mikäli haastattelun pituus on yli yhden sivun. Sijoituskommentit on julkaistu Sijoituselämä-osastolla. Niiden pituus on yleensä alle yhden sivun, sillä kaikki jutut Sijoituselämä-osastolla ovat pitkiin artikkeleihin verrattuna hyvin lyhyitä. Yleisönosastokirjoitukset on julkaistu Tebatti-osastolla. Julkaistavien tekstien pituus on määritelty lehdessä 2500 merkiksi välilyönteineen.

Yleensä Talvivaaraa käsitteleviä artikkeleita on yksi lehteä kohden, mutta poikkeuksena on numero 41 vuodelta 2012, jolloin kaivosta käsitellään kolmessa eri artikkelissa. Aineisto koostuu kaikkiaan 20:n eri toimittajan artikkeleista. Yksitoista toimittajaa on kirjoittanut vain yhden aiheeseen liittyvän artikkelin. Kaikkein eniten aiheesta on kirjoittanut Esko Rantanen, sillä hän on kirjoittanut Talvivaarasta tai kaivosteollisuudesta yksitoista artikkelia. Tämä johtuu osittain varmasti siitä, että hän kommentoi lähinnä osakekursseja Sijoituselämä-osiossa. Talvivaaran osakekurssia on seurattu lehdessä ahkerasti. Tebatti-osastolla julkaistuja yleisönosastokirjoituksia on vain kolme, joissa kahdessa on sama kirjoittaja. Yleisönosastolla aiheeseen ei siis kovin aktiivisesti paneuduta tai kirjoituksia ei ole julkaistu. Artikkelien lukumäärä vaihtelee vuosittain: vuodelta 2008 artikkeleita on vain viisi ja vuodelta 2009 vain neljä kappaletta. Vuonna 2010 taajuus hieman lisääntyy, sillä artikkeleita on seitsemän kappaletta. Vuonna 2011 artikkeleita on julkaistu yli kymmenen ja 2012 jo yli kaksikymmentä kappaletta. Aikaväli vuosista 2008–2012 on valittu sen vuoksi, että Talvivaara listautui Lontoon pörssiin vuonna 2007. Tätä aikaisemmin Talvivaaraa käsiteltiin lehdistössä vielä harvakseltaan. Pro gradun kirjoittamisen suunnittelu alkoi vuonna 2013, joten aikaväli päätettiin katkaista vuoteen 2012.

### 4.3. Aineiston analyysi

Tutkija ei pelkästään löydä narratiiveja, vaan osallistuu aktiivisesti niiden luomiseen (Riessman 2008: 21–22). Tutkijat etsivät tarinoita organisaatioista, muokkaavat ja tulkitsevat niitä. Narratiivinen tutkimus voidaankin nähdä tarinankerrontana tarinankerronnasta. (Rhodes ja Brown 2005: 177–179.) Temaattinen analyysi tutkii tekstin tai puheen, jopa kuvien sisältöä. Temaattista analyysia voidaan hyödyntää monenlaisten aineistojen kuten haastattelujen, asiakirjojen, etnografisten havaintojen tai ryhmäkeskustelujen tulkinnassa. Huomiota ei niinkään kiinnitetä siihen, miten tarinaa kerrotaan, vaan siihen, mitä kerrotaan. Tutkimus etenee neljässä vaiheessa. Ensinnäkin tulkitaan, miten narratiivin käsitettä käytetään. Seuraavaksi päätetään, miten data rakennetaan analysoitavaksi tekstiksi ja mikä on tutkittava yksikkö. Lopuksi valitaan, miten konteksti otetaan huomioon mikro- ja makrotasolla. (Riessman 2008: 53–54.) Temaattinen analyysi ei pilko kertomusta osiin, vaan tulkitsee sitä kokonaisuutena. Pienemmistä palasista, esimerkiksi artikkeleista tai haastatteluista rakennetaan yksi kokonainen ja kronologinen tarina. Kun tarina on koossa, tulkitaan yksityiskohtaisemmin tekstissä olevia piilomerkityksiä ja -olettamuksia. Teksteistä etsitään toistuvia elementtejä, joita havainnollistetaan esimerkkien avulla. Tutkimuskohteena on kerrottu sisältö eli ne tapahtumat ja kognitiot, jotka kielen avulla tuodaan esille. Temaattisessa analyysissa kielen merkityksiä käsitellään, kuten oletetaan, että kaikki kielenkäyttäjät ymmärtäisivät ne. (Riessman 2008: 57–58.)

Narratiivien analyysi vaatii aineistokseen ajallisesti järjestäytynyttä tarinaa. Tarina ei ole pelkkä luettelo tapahtumista eli kronologia, vaan juonellistettu kertomus, jossa on alku, keskikohta ja loppu. Aineistona voidaan käyttää kirjallisia tai suullisia lähteitä. Yleisimmin aineisto kerätään haastattelemalla, sillä kertomukset ovat ihmisille luontainen tapa ymmärtää ja kertoa kokemuksistaan. Aineistosta etsitään yhtäläisyyksiä ja samankaltaisia teemoja, ja ne jaotellaan erilaisiin kategorioihin. Tällaisen paradigmaattisen lähestymistavan vahvuus on tuottaa aineistosta yleistä tietoa. Tällainen tieto on kuitenkin hyvin abstraktia eikä se ota huomioon kunkin tarinan uniikkeja ja erityisiä piirteitä. Narratiivinen analyysi puolestaan tuottaa aineiston pohjalta uuden, juonellistetun tarinan. Tutkimuksen tarkoituksena on muodostaa aineiston palasista uusi tarina, jolla on jokin tietty tarkoitus tai päämäärä, joka antaa tarinalle merkityksen.

Toisin kuin narratiivien analyysissa, narratiivisessa analyysissa aineisto ei yleensä ole kertomusmuotoista ja sitä kerätään useista eri lähteistä. Eri aineiston palaset liitetään yhteen juonellistamisen avulla. Aineistoa ei siis paloitella eri kategorioihin vaan osasia liitetään toisiinsa. (Polkinghorne 1995: 12–15.)

Mallitarina (*model narrative*) tai perustarina yhdistää narratiivin rakenteellista ja jälkirakenteellista tulkintaa. Tarinat muotoillaan niin, että ne ovat kulttuurillisesti tunnistettavia. Mallitarinan avulla teksteistä voidaan löytää eroavaisuuksia ja yhtäläisyyksiä. (Luoto 2010: 100–101, Hänninen 1999: 33). Muoto on rakenteellinen, ja juoni noudattaa yleensä perinteistä alku, keskikohta ja loppu -jakoa. Kun mallitarina on muodostettu ja se on tunnistettavissa ja hyväksyttävissä, voidaan päästä käsiksi tarinan yksityiskohtaisempaan sisältöön, kuten erilaisiin diskursseihin, retorisiin keinoihin ja tarinassa esiintyviin identiteetteihin. Kun taas identiteetit tunnistetaan, voidaan päästä käsiksi ääniin niiden taustalla. (Luoto 2010: 100–101, 116.) Tarinan alkuvaiheessa esitellään, mistä on kysymys ja annetaan jonkinlainen perustelu tarinan olemassa ololle. Tarinan keskivaiheessa esiintyy yleensä ongelma, joka täytyy ratkaista. Lopuksi ratkaisua tulkitaan. (Luoto 2010: 118.)

Aluksi artikkelit luettiin läpi yleiskuvan saamiseksi ja laajemman teemoittelun tavoittamiseksi. Huomiota kiinnitettiin teksteissä toistuviin teemoihin. Jokainen artikkeli luetteloiitiin, ja niiden pääasiallinen sisältö kirjoitettiin otsikon alle ranskalaisin viivoin. Jokainen artikkeli ei käsitellyt Talvivaaraa suoranaisesti, vaan kaivosta oli käytetty esimerkkinä tai siihen viitattiin, jos toimittaja halusi kommentoida kaivosalaa yleisemmin. Artikkelien sisällön tiivistämisessä nousi esiin toistuvia teemoja, jotka olivat esimerkiksi kaivosten omistajuus, Talvivaaran pörssikurssin liikkeet ja nikkelin hintakehitys. Artikkelien tiivistetyn sisällön perusteella laadittiin lyhyt, noin kahden sivun mittainen mallitarina Talvivaarasta *Talouselämä*-lehdessä vuosina 2008–2012. Mallitarinan laatimisessa käytettiin apuna Luodon (2010), Hännisen (1999) ja Polkinghornen (1995) esimerkkejä. Mallitarinassa ei kiinnitetty huomiota elämäntarinallisiin tai henkilökohtaisiin ominaisuuksiin, sillä tarinan konteksti on organisatorinen. Mallitarinan pohjalta voitaisiin lähteä etsimään tarkemmin erilaisia retorisia tehokeinoja, joita artikkeleissa oli käytetty. Mallitarinan tarkoituksena ei ole tuoda esiin kaikkia artikkeleissa esiintyviä yksityiskohtia vaan etsiä niistä toistoa ja

kaavoja, joiden avulla tarkemmat tehokeinot voidaan tuoda esiin. Tehokeinot eivät ole itsestään selvästi luettavissa, ne täytyy etsiä (Riessman 2008: 57–58).

### **4.3.1. Retoriikka ja tehokeinot aineistossa**

Retoriikka tarkoittaa yksinkertaisimmillaan suostuttelun taitoa (Suddaby ja Greenwood 2005: 39). Retoristen keinojen avulla valittua aihetta voidaan legitimoida eli tehdä siitä hyväksyttyä ja tunnustettavaa vastaanottavalle yleisölle. Erityisesti lehdistön rooli voi korostua, kun jotakin asiaa pyritään tekemään ymmärrettäväksi yleisölle. (Lamertz ja Baum 1998: 94–96.) Koska lehdistöllä on vaikutusvaltaa yleisöönsä (Fairclough 1997: 10–11), päätettiin tutkia myös sitä, kenen ääni pääsee *Talouselämä*-lehdessä käytävässä legitimaatioprosessissa kuuluviin. Ei ole vain yhtä organisatorista totuutta, vaan useita erilaisia versioita siitä. Kuka sitten kertojana toimiikaan, hän vaikuttaa kertomuksen sisältöön. Organisatoristen narratiivien tarkoituksena onkin usein vaikuttaa yleisöönsä. (Buchanan ja Dawson 2007: 673–677.)

Koska pelkkä rakenteellinen analyysi ja tarinan juonellistaminen olisi jäänyt pinnalliseksi ja jättänyt monia yksityiskohtia havaitsematta, tutkimusmetodia laajennettiin aineiston retoriseen tulkintaan. Aineistosta etsittiin retorisia keinoja lukemalla artikkelit tarkasti läpi retoristen keinojen listojen kanssa. Tehokeinoina käytettiin erityisesti Czarniawskan (2004: 20–21) mainitsemia neljää klassista keinoa sekä Jokisen (1999: 133–155) laajempaa listaa. Retoriset keinot laskettiin tukkimiehen kirjanpidolla, josta huomattiin, että kaikkia keinoja ei löytynyt tai että keinot olivat osittain päällekkäisiä. Erilaisia keinoja yhdisteltiin ja jaoteltiin hieman eri tavalla kuin Jokisen (1999: 133–155) listassa. Tässä työssä käytettyä kategorisointia on perusteltu tarkemmin tulospöydässä.

## 5. TULOKSET – Mallitarina Talvivaarasta

Tarinoilla on merkitystä yksilö- ja organisaatiotasolla. Myös organisaatiot voidaan nähdä tarinallisina olioina, jotka ovat vuorovaikutuksessa muiden kanssa. (Karjalainen ja Auvinen 2012: 5.) Organisaatiot kertovat tarinoita. Tarinankerrontaorganisaatio on kollektiivinen tarinankerrontajärjestelmä, jossa jäsenet tuottavat merkityksiä tarinoiden avulla ja täydentävät kollektiivista muistia yksilön muistojen avulla. Tarinoiden avulla erilaisista tapahtumista tehdään ymmärrettäviä. Tarinat ovat organisaatioissa tulkinnan väline. (Boje 1995: 1000.) Organisaationarratiiveista on olemassa kaksi kilpailevaa näkemystä. Yhtäältä narratiivit nähdään pirstaleisina ja dynaamisina kokonaisuuksina, jotka ovat koko ajan liikkeessä. Toisaalta taas narratiivit nähdään selkein kokonaisuuksina, joilla on selkeä kausaalinen juoni ja rakenne. Jälkimmäisen näkemyksen mukaan pirstaleiset esi- tai *antenarratiivit* eivät ole narratiiveja lainkaan. (Downing 2005: 192.) Downingin (2005: 193–194) mielestä tarinoiden ainesosat voivat olla pirstaleisia, mutta kun niille annetaan merkitys ja konteksti, ne juonellistetaan hyvin perinteiseen muotoon. Juonellistamisen tavoitteena on vaikuttaa lukijoihin (Buchanan ja Dawson 2007: 673–677).

Talouselämä-lehden artikkeleiden sisällön pohjalta luotiin lyhyt, noin kahden sivun mittainen mallitarina, joka on kulttuurisesti ja rakenteellisesti tunnistettavissa (Luoto 2010, Hänninen 1999, Polkinghorne 1995). Artikkelit ovat hajanaisia, ja ne keskittyvät aina yhteen aiheeseen kerrallaan, joten on luontevaa yhdistää ne juonellisesti ja kronologisesti ymmärrettäväksi kokonaisuudeksi. Tarina mukailee artikkeleissa esiintyvää kronologista järjestystä, eikä sitä ole yritetty pakottaa esimerkiksi Labovin (1972) kuuden osan rakenteeseen, jotka ovat tiivistelmä, esittely, mutkistava toiminta, loppuratkaisu, päätös ja arviointi. Mallitarina noudattelee Luodon (2010: 192) muodostamaa mallitarinan kaavaa, jossa on alustava tarina, päätarina sekä tarinan päätös ja tiivistelmä. Varsinainen päätös tarinalle kuitenkin puuttuu, joten tässä esitetään alustava tarina ja päätarina. Päätöksen puuttumista perustellaan tarkemmin jatkossa. Mallitarinan avulla luotiin viitekehys, jonka avulla artikkeleista tunnistettiin retorisia keinoja ja teksteissä esiintyviä ääniä.

### Alustava tarina:

*Vaatimaton seinäjokelainen kaivosinsinööri nimeltään Pekka Perä osti entiseltä työnantajaltaan Outokummulta oikeudet Kainuussa sijaitsevaan Talvivaara-nimiseen kaivokseen yhdellä eurolla. Pekka aloitteli kaivostoimintaa jo vuonna 2005, mutta varsinaisesti päästiin vauhtiin vuonna 2007, jolloin Talvivaara listautui Lontoon pörssiin. Listautuminen oli suuri menestys. Talvivaara sai tarvitsemaansa rahoitusta ja osakkeen hinta kehittyi hyvin. Pekasta tuli suomalainen kaivosmiljonääri, mikä oli varsin harvinaista kaivosalalla. Nikkelistä maksettiin maailmalla korkeaa hintaa. Kaivosala oli Suomessa muutenkin suuri menestys, ja Outokummusta irronneet yhtiöt loistivat kirkkaina. Talvivaaraa lukuun ottamatta kaikkien muiden yritysten omistajat olivat ikävä kyllä ulkomaisia. Kaivosala kuitenkin toi investointeja ja työpaikkoja syrjäseuduille, oli omistajuusrakenne mikä hyvänsä. Myös alihankkijat saivat tienestiä, ja kerrannaisvaikutukset kaivosalueilla olivat positiivisia.*

*Kaupallinen kaivostoiminta saatiin Talvivaarassa käyntiin vuonna 2008. Taantuman merkit alkoivat näkyä maailmalla. Rahoitusta oli vaikeampi saada. Metallien hinnat kääntyivät laskuun. Hätä ei kuitenkaan ollut vielä suuri. Pekan tarvitsi vain odottaa, että taantuma menisi ohi ja metallien hinnat kääntyisivät taas nousuun. Olihan Pekka optimistinen yrittäjä, ja maailmassa tarvittiin aina metalleja. Maailma suorastaan ahnehti suomalaisia metalleja. Talvivaara rinnakkaislistautui Helsingin pörssiin. Nyt myös Suomen valtiolla ja suomalaisilla piensijoittajilla oli mahdollisuus rikastua. Suomen valtion pitäisi osallistua kaivostalkoisiin esimerkiksi kouluttamalla työvoimaa. Vastikkeeksi valtio saisi työllisyyttä ja osakkuuksia kaivoksista, joiden arvo nousisi ja tulevaisuudessa ne tuottaisivat osinkoja.*

*Talvivaara jatkoi toimintaansa. Tuotantoaikataulut pitivät ja prosessit toimivat. Tulos oli vielä tappiolla, mutta kääntyisi melkein pari sataa miljoonaa voitolle viimeistään vuonna 2012. Vaatimaton Pekka siirtyisi syrjään toimitusjohtajan pallilta ja myisi lähes kolmanneksen omistusosuutensa kaivoksesta. Piensijoittajat lisäsivät omistustaan innokkaasti, ja poliitikot pelkäsivät kaivoksen siirtymistä ulkomaisiin käsiin. Pekan mielestä ulkomaalaisia sijoituksia kuitenkin tarvittiin, jotta rahoitusta olisi tarpeeksi. Talvivaaran kokonaismineraalivarannot olivat paljon alkuperäistä arviota suuremmat.*

### Päätarina:

*Vuonna 2011 alkoi tapahtua kummia. Talvivaara oli jäänyt tuotantotavoitteistaan. Nikkelin hinta oli romahtanut. Metallien talteenottolaitos ei toiminut täydellä teholla. Lähijärvien vedet olivat saastuneet. Pekka aikoi jättää toimitusjohtajan tehtävät, koska oli luonteeltaan projekti-ihminen. Nyt tarvittiin prosessi-ihmistä. Pekka aikoi kuitenkin pysyä yhtiön hallituksessa ja suuromistajana. Suomen kaivosteollisuutta uhkasi osaajapula. Kansa hamstrasi kaivososakkeita, etenkin suomalaiset miehet. Talvivaaran osakekurssi oli kuitenkin laskenut ja muuttunut vaikeasti ennustettavaksi. Kurssilaskun syynä olivat ympäristöongelmat, nikkelin alhainen hinta ja kaivoksen liiallinen riippuvuus Pekan persoonasta. Talvivaaran tulevaisuus riippuisi viranomaisista ja nikkelin hinnan kehityksestä. Louhittavaa kyllä riittäisi. Pekka myönsi tehneensä virheitä. Talvivaarassakin oli tehty virheitä. Aikataulut eivät olleet pitäneet ja*

*markkinariskit olivat toteutuneet. Ympäristöinvestointeja oli kuitenkin lisätty ja prosesseja oli muutettu. Tuotannosta tulisi tehokkaampaa ja ympäristöystävällisempää. Kun toimitaan suurella riskillä, riskit voivat toteutua, mutta kaikkiaan Pekka piti saldoa vielä positiivisena eikä aikonut myydä omistustaan pois. Potentiaali oli valtava.*

*Suomen valtiolla ei ollut kunnollista luonnonvarastrategiaa. Ministerit käyttivät Talvivaaraa poliittisen pelin välineinä. Osakekurssi laski entisestään, mutta piensijoittajat jatkoivat ostojaan. Talvivaara antoi tulosvaroituksia. Nikkelin hinta oli ennätyskallista matalalla. Elinkeinoministeri Jyri mielti kaivosveroa, muttei pitänyt sitä ratkaisuna ongelmiin. Valtiokaan ei voinut lisätä omistajuuttaan tai rahoitustaan, koska kaivosalalle tarvittiin niin isoja ja riskialttiita sijoituksia. Kaivosalaa ei enää pidetty niin suurena arvossa. Kaivosten omistajien kansallisuudella ei enää ollut niin suurta merkitystä, koska kaivostoiminnan tuotot jäivät paikallisiksi. Alihankkijoilla ja konetoimittajilla oli kuitenkin vielä paljon töitä. Suomen kaivokset olivat köyhiä ja metallien hintojen piti nousta, että ne kannattaisivat. Monet kaivokset tuottivat kuitenkin vielä voittoa, paitsi Talvivaara. Sen osakekurssi oli pudonnut roimasti ja uutta osakeantia suunniteltiin. Taivas oli pudonnut Talvivaaran niskaan, kun runsaat sateet vaikeuttivat metallien liuotusta. Tuotantotavoitteet eivät vieläkään toteutuneet. Kassavarat hupenivat.*

*Loppuvuodesta 2012 Talvivaaran suosio piensijoittajien keskuudessa oli viimein taittunut. Sijoittajat pitivät osakkeensa, mutteivät enää ostaneet niin innokkaasti lisää. Osakeantia odotettiin. Ympäristöviranomaiset tarkkailivat yhtiötä, ja poliisi oli aloittanut ympäristöongelmista rikostutkinnan. Pekka Perä, vaatimaton mies ja entinen kaivosmiljonääri, palasi Talvivaaran toimitusjohtajaksi. Pekka poltti tupakkaa ja oli stressaantunut. Hän selvitti kaivoksen ympäristöongelmia. Ympäristöongelmat vaikuttivat myös tuotannon ongelmiin. Vettä oli joka puolella liikaa. Talvivaara oli joutunut noidankehään, josta sen olisi vaikea selviytyä. Pekka oli kuitenkin vielä toiveikas.*

*Tiivistelmä: Vaikeuksista huolimatta kaivostoiminta on tulevaisuuden kannattava toimiala, jossa valtionkin kannattaa olla mukana.*

Talvivaaran tarina ei oikein missään vaiheessa pääse varsinaiseen lentoon Talouselämä-lehdessä. Alustavassa tarinassa kaivokselle ja sen ympärille rakennetaan paineita ja suuria tulevaisuudenlupauksia. Kaivokselle veikataan *mojovaa kurssinousua* ja siitä on tuleman merkittävä paikallinen työllistäjä sekä talouden moottori – *Kainuun ihme*. Talvivaarasta muodostuu tarinallinen olio (Karjalainen ja Auvinen 2012: 5). Päätarinassa ongelmia alkaa ilmetä eikä Talvivaara missään vaiheessa lunasta lupauksia käytännössä. Kaivos ei kykene ratkaisemaan lukuisia mutkistavia tilanteita (Labov

1972: 363). Pyrkimys on koko ajan kohti vakautta eli *equilibriumia* (Todorov 1975: 163–164), mutta tarinan sankari Pekka Perä ei pysty ratkaisemaan haasteita, jotka kasvavat tarinan edetessä liian suuriksi. Saavutettu vakaus voisi olla tarinan päätös, lopputarina, mutta sinne asti ei aineistossa koskaan päästä. Tarina jää polkemaan paikoilleen. Juonen jännite syntyy pelkästään tulevaisuuden odotusten avulla: vakaus hämöttää horisontissa, mutta sinne asti ei koskaan päästä. Talouselämä-lehdessä ei kuitenkaan vuoden 2012 loppuun mennessä menetä missään vaiheessa uskoa siihen, etteikö ongelmista voisi selvitä. Toivoa pidetään yllä retoristen keinojen avulla.

### 5.1. Retoristen tehokeinojen käyttö artikkeleissa

Seuraavaksi tarkastellaan, miten Talvivaaran toimintaa legitimoidaan Talouselämä-lehden lukijoille vuosina 2008–2012 retoristen tehokeinojen avulla. Retorisina keinoina on käytetty Czarniawskan (2004: 20–21) ja McCloskeyn (1986: 84) kuvailemia neljää klassista keinoa. Lisänä on käytetty Jokisen (1999: 133–155) luetteloimia keinoja. On syytä huomioida, että retoristen keinojen määrät edustavat subjektiivista näkemystäni lukuhetkellä. Joku muu lukija olisi voinut saada eri hetkenä erilaisia lukemia. Määrät antavat kuitenkin suuntaa siitä, miten tiheään eri keinoja artikkeleissa on käytetty. Jos yhtä keinoa on käytetty kaksi kertaa ja toista kaksikymmentä, on selvää, että ensimmäisen keinojen käyttö on harvinaisempaa. Useimmin esiintyneitä vakuuttelukeinoja ovat metaforat, hyperbola, määrällistäminen sekä asiantuntijuus ja tosiasiat. Nämä ovat retorisia keinoja, joita on artikkeleissa käytetty yli 50 kertaa. Suorat lainaukset artikkeleista on laitettu lainausmerkkeihin, ja tehostesanat on tekstissä kursivoitu.

Koska keinot ovat osittain päällekkäisiä, niitä on yhdistetty. Esimerkiksi metafora on mainittu Czarniawskan ja Jokisen luetteloissa. Jokisen luettelosta kohdat 2. puhujakategorioilla oikeuttaminen ja 4. konsensuksella tai asiantuntijan lausunnolla vahvistaminen on yhdistetty, koska artikkeleissa puhujakategoriat ovat lähes poikkeuksetta asiantuntijoita. Poliitikot luetaan myös tähän kategoriaan. Hyperbolan käyttö ymmärretään samaksi kuin Jokisen ääri-ilmaisujen käyttö, sillä hyperbolalla



tarkoitetaan liioittelua. Määrällistämiseen on laskettu mukaan sanalliset määrällistämiset artikkeleista sekä numeeriset taulukot, jotka on liitetty osaksi tekstiä. Numeerisia taulukoita käytetään artikkeleissa tukemaan sanallista viestintää.

Kolmen listat on jätetty pois, sillä listat sisältävät yleensä valmiiksi jonkin muun retorisen keinon: ”kaivos on huikea, koska se on upein, suurin ja kotimaisin”. Tämä luettelo sisältää jo liioittelua. Sama asia koskee konkreettisia esimerkkejä. Oletettuun vasta-argumenttiin varautuminen on myös jätetty pois, sillä aikakauslehden artikkelissa ei tarvitse varautua samalla tavalla suoraan vasta-argumentointiin kuin henkilöidenvälisessä keskustelussa tai muussa suorassa viestinnässä. Muutenkin on syytä havaita se, että retorisia keinoja on suhteellisen vaikea kategorisoida yksiselitteisesti ja että ne ovat osittain päällekkäisiä ja moniselitteisiä. Esimerkiksi numeerista ilmausta voidaan käyttää yhtä hyvin liioitteluun kuin tosiasioden esittämiseenkin. Myös yksittäinen metafora, esimerkiksi ”loistava lapsi”, sisältää jo melkoista liioittelua.

**Taulukko 3.** Artikkeleissa esiintyvät retoriset keinot.

Retorinen keino	Lukumäärä
1. Metafora	108
2. Metonymia	2
3. Synekdokee	6
4. Ironia	29
5. Hyperbola	67
6. Määrällistäminen	76
7. Etäännyttäminen	16
8. Asiantuntijuus	56
9. Liittoutumisaste	7
10. Tosiasiat	53
11. Kategorisointi	18
12. Yksityiskohdat	19
13. Vastakohdat	24
14. Toisto ja tautologia	17

Neljästä klassisesta keinosta metonymia ja synekdokee ovat varsin vähäisellä käytöllä. Synekdokeesta voidaan mainita sellaiset tapaukset, joissa *osaketta* tai *osakekurssia* käytetään kuvaamaan koko yhtiötä. Suomen valtiota taas kuvataan *hallituksena*, *Teollisuussijoituksena* tai *Solidiumina*. Nämä ovat selkeitä esimerkkejä siitä, miten pienempää osaa käytetään kuvaamaan suurta ja abstraktia kokonaisuutta kuten valtiota. Liittoutumisasteen säätelyä käytetään myös harvakseltaan, koska toimittajan liittoutumisaste on varsin selkeä: artikkeli ei suoranaisesti aja toimittajan omaa etua. Liittoutumisastetta säätelevät artikkeleissa lähinnä haastateltavat, jotka tahtovat tehdä selväksi, että muut selvittävät asioita eikä heillä itsellään ole aiheeseen suoraa vaikutusmahdollisuutta. Esimerkiksi Pekka Perä syyttää *luonnonvoimia* ongelmista tai ympäristöministeriön kansliapäällikkö tekee selväksi, että *virkamiehet* ovat huomauttaneet ja tutkineet kaivosta. He itse eivät pysty vaikuttamaan asioihin. Koska artikkelit eivät edusta toimittajien omia intressejä, vaan lähinnä lehden ja sen kohdeyleisön intressejä, suoranaista omista intresseistä etäännyttämistä oli myös vaikea löytää. Etäännyttäminen tuotiin esiin silloin, kun aiheena oli kaivosten omistajuus. *Ulkomaalaiset (omistajat)* eli *ne* etäännytettiin kotimaisista omistajista ja Suomen valtion eduista. *Ne ulkomaalaiset* ovat viemässä kaivosrahat, mihin ongelmaan artikkeleissa etsittiin ratkaisuja ja vastauksia.

Ironian käytön vähäisyys oli mielestäni jopa yllättävää. Aiheesta olisi nimittäin voinut ennakkokäsitysten perusteella saada irti paljonkin irvailua ja ironiaa. Kaivosta tai kaivostoimintaa ironisoidaan artikkeleissa vähän. Ironian kohteena ovat lähinnä poliitikot ja virkamiehet. ”Jos sijoittaja lähtee ostamaan kaivososakkeita siinä vaiheessa, kun kuluttajien luottamus on taas sata, *sijoittaja on myöhässä*” ironisoi kaivoksiin sijoittaneita. ”Puoli vuotta sitten konkurssi, nyt taas *lupaava* kaivos” on esimerkki yhdestä kaivokseen kohdistuvasta ironisesta kommentista. ”*Kaivosvaltaaja* Pekkarinen iskee” ja ”Ville Niinistöstä tuli *Herra Hankala*” ironisoivat ministereitä, jotka ”*häärivät* Talvivaaran tontilla”. ”Olennaista on *kalastella kansansuosiota*, kun siihen on mahdollisuus” kirjoittaa päätoimittaja Ruokanen, kun hän on sitä mieltä, että poliitikoilla ei ole kaivostoiminnasta selkeää näkemystä.

Yksityiskohdilla ja narratiiveilla vakuuttamisesta esimerkkinä on kertomuksellinen kuvaus siitä, kun toimittaja lähestyy Talvivaaran kaivosta ”...nikkelikaivos sijaitsee Suomi-neidon lanteiden seutuvilla. ...tienvarsikyltit sopivat hyvin kaivoksen ympärillä velloneeseen tunnelmaan. Ennen Talvivaaraa on ohitettava Parkua ja Tuhkakylä.”. Kuvaus sopisi yhtä hyvin vanhaan Suomi-filmiin kuin vaikkapa Taruun sormusten herrasta. Vastakohtilla vakuutellaan etenkin silloin, kun Suomea verrataan muihin kaivosmaihin. Esimerkiksi kun kyse on mahdollisen kaivosveron käyttöön ottamisesta, Suomea verrataan ”vanhoihin kaivosmaihin” Australiaan tai Chileen. Kun huoli on siitä, löytyykö Suomesta riittävästi korkean teknologian teollisuutta, Suomea verrataan ”banaanivaltio Kongoon”. Vastakohtien avulla tuodaan esille Suomen kehittyneisyys, vakaa lainsäädäntö ja tiukka ympäristökuri.

Luetteloita käytetään artikkeleissa paljon. Kaivoksia ja niihin liittyviä tunnuslukuja luetteloitaan myös usein, mutta nämä on laskettu määrällistämiseksi. Luettelot jaoteltiin joko tosiasioihin, kategorisointiin tai toistoon ja tautologiaan. Kaikki nämä kolme kategoriaa olisi voinut yhdistää pelkäksi tosiasiaksi. Usein luetteloissa luetellaan niin sanottuja tosiasioita: pörssikurssin hinta on laskenut näistä syistä tai tuotantotavoitetta ei ole saavutettu näistä – faktoina pidetyistä – syistä. Toisinaan luetteloissa kategorisoidaan asioita: nämä ovat hyviä ja menestyviä kaivosyhtiöitä, nämä taas ovat menestyneet kehnemmin. Kategorisoinnin tueksi esitetään erilaisia tunnuslukuja, jotka taas ovat tosiasioita. Toistoa käytetään, kun halutaan korostaa tiettyjä tosiasioita: Kainuussa satoi paljon, mikä johti vesiongelmaan. Vesiongelmat johtuivat siitä, että Kainuussa satoi kesällä paljon. Vesiongelmat saastuttivat lähijärvet. Lähijärvet saastuivat, koska kaivoksella oli vesiongelmia. Vesiongelmat taas johtuivat siitä, että ”*taivas repesi Talvivaaran niskaan*”. Toistoa voidaan käyttää myös menestyksen kuvaamiseen: ”Kittilän Suurkuusikon *kultakaivos* on kanadalaiselle Agnico-Eagle Minesille aikamoinen *kultakaivos*.”

### 5.1.1. Äänet ja identiteetit retoriikan taustalla

Organisaatio muodostuu kommunikoimalla. Organisaatioiden olemassaolo on paikallisen kielen, tekstin ja puheen, tulos. Moninaisten, päällekkäisten ja löysien sidosten muodostamat kielelliset verkostot muodostavat ymmärrettäviä kaavioita. Kaaviot ovat hyvin monimutkaisia ja niitä on vaikea ymmärtää yksiselitteisesti. Kuitenkin jotta organisaatio voi toimia, sen täytyy erottautua ympäristöstään tekstuaalisesti ja sillä täytyy olla ääni, joka puhuu organisaation puolesta. (Weick 2009: 5.) Myös yksilöt rakentavat identiteettiään narratiivien avulla (Rhodes ja Brown 2005: 176, Söderberg 2003: 9-11). Yksilön oma identiteetti muokkautuu suhteessa organisaatioon ja voi esimerkiksi kertoa yksilön sitoutumisesta organisaatioon. Tarinat voivat kertoa ryhmä-, organisaatio-, yhteisö- tai kansallisesta identiteetistä. Ne eivät siis välttämättä kerro pelkästään yksilön identiteetistä, vaan voivat luoda yhteenkuuluvuuden tunnetta ryhmä- tai organisaatiotasolla. Organisaatiollakin on identiteetti ja organisaatio voidaan personifioida. (Rhodes ja Brown 2005: 176–177, Pentland 1999: 714.) Organisaatiolla on siis ääni, mutta myös yksilöillä, jotka liittyvät organisaatioon, on ääni. Äänien avulla sekä organisaatio että yksilöt erottautuvat muista ja muodostavat omanlaisensa identiteetin.

Yksilön identiteettiä voidaan pitää kertomuksena itsestä, jonka avulla uudet johtamiskeskittämät liitetään osaksi itseä. Organisaatioissa on erilaisia rooleja ja rooleihin liittyvää valtaa, joita ihmiset voivat omaksua. Identiteetti ei ole kiinteä, vaan se muokkautuu ja sitä muokataan jatkuvasti tarjolla olevien kulttuuristen vaihtoehtojen perusteella. (Rhodes ja Brown 2005: 176–177.) Identiteetti voi yhtä hyvin olla ammatillinen tai organisatorinen ”me ja ne muut” -identiteetti (Söderberg 2003: 9–11). Henkilöhahmot ovat tärkeitä, jotta ymmärretään ihmisten välisiä sosiaalisia suhteita ja heidän roolejaan organisaatiossa. (Pentland 1999: 714.) Narratiivinen ote organisaatiotutkimuksessa mahdollistaa äänen antamisen useammille toimijoille ja heidän erilaisille näkemyksilleen organisaatiosta. Useimmiten ääni kuitenkin annetaan johtajille ja heidän kertomuksilleen. Narratiivien avulla voidaan nähdä, mitkä tarinat ovat organisaatiossa yhteisiä ja mitkä eroavat toisistaan. Jotkut tarinat on tarkoitettu vain pienelle erikoisryhmälle, toiset tarinat taas ovat hajanaisia ja moniselitteisiä.

(Söderberg 2003: 5.) Organisaatioissa esiintyvät narratiivit voivat paljastaa, kenen ääni tulee kuuluviin. Ääni ja identiteetti muokkautuvat tarinoiden avulla ajan kuluessa.

Tarinalla on aina kertoja, jolla on jokin näkökulma. Tarina vaihtelee kertojasta riippuen ja eri äänet pääsevät esille eri tavoin. Tarinoista löytyy erilaisia kulttuureja ja arvoja, joita yksilöt ja ryhmät jakavat. (Pentland 1999: 714–716.) Toisessa ääripäässä organisaatio voi vaimentaa tietyt äänet yhdeksi kaiken kokoavaksi suureksi narratiiviksi. Toisessa ääripäässä taas organisaatio voi koostua moninaisista tarinoista, tarinankertojista tai kerronnoista. Nämä tarinat ovat hajanaisia ja niiden tulkinta riippuu siitä, mihin tilanteisiin kukin osallistuu. (Boje 1995: 1000.) Organisaatiot ja niiden valtarakenteet kehittyvät diskursiivisesti. Olemassa olevia valtarakenteita voidaan joko ylläpitää tai niitä voidaan haastaa poliittisten pelien ja suostuttelun avulla. Vallan avulla voidaan pyrkiä vakiinnuttamaan ja ylläpitämään organisaatiossa jaettuja merkityksiä. Vakiinnuttaminen on tosin vaikeaa. Kaikki mahdolliset tarinat eivät voi hallita ja olla näkyvillä, vaan jotkut tarinat muodostuvat dominoiviksi. Kaikki äänet eivät pääse kuuluviin organisaatioiden valtarakenteissa, ja yleensä ne, joilla on eniten valtaa, ovat myös äänekkäimpiä. (Rhodes ja Brown 2005: 175.)

Merkitystä organisaatiossa ei voi rakentaa muille sanelemalla tai käskemällä. Vaikka merkitystä ei voi määritellä muiden puolesta, esimerkiksi johtaja voi kuitenkin vaikuttaa siihen. (Weick 1995: 6–13.) Äänekkäimpiä ovat usein siis ne, joilla on eniten valtaa (Rhodes ja Brown 2005: 175), ja johtajat vaikuttavat siihen, miten merkityksiä organisaatioissa rakennetaan (Weick 1995: 6–13). Moniselitteistä organisaatiotodellisuutta siis usein selitetään johtajien ja heidän ääniensä kautta. Muita äänekkäitä ääniä organisaatioissa voivat olla erilaiset asiantuntijat. Nämä mainitaan myös retorisisissa keinoissa: erilaisilla puhujakategorioilla vakuuttaminen sekä asiantuntijan lausunnoilla vahvistaminen (Jokinen 1999: 135–139). Organisaatiotodellisuutta voidaan rakentaa sosiaalisesti asiantuntijoiden, poliitikkojen tai muiden tärkeinä pidettyjen puhujakategorioiden avulla. Seuraavassa on tarkasteltu sitä, kenen ääni pääsee kuuluviin Talvivaaraa käsittelevissä diskursseissa eli aineistona olevissa artikkeleissa. Ääniä on tarkasteltu siitä näkökulmasta, mitkä äänet ovat dominoivia ja mitkä taas jäävät marginaaliin. Kun tarkastellaan dominoivia ja marginaalisia ääniä, voidaan havaita, kuka Talvivaaran narratiivia hallitsee ja kenen

antamia retoriset keinot ovat. Dominoiviksi ääniksi on luokiteltu sellaiset äänet, jotka osallistuvat narratiiviin eniten ja jotka käyttävät edellä luokiteltuja retorisia keinoja. Äänet on jaoteltu kolmeen eri luokkaan: dominoiviin, marginaalisiin ja niiden välimuotoon. Äänien jaottelu edustaa tutkijan subjektiivista näkemystä, samoin kuin retoristen keinojen lukumäärä.

**Taulukko 4.** Äänien jaottelu.

<b>Dominoivat äänet</b>	<b>Välimuoto</b>	<b>Marginaaliset äänet</b>
toimittaja	poliitikko	tavallinen kansa
Pekka Perä	kilpailija	kriittinen ääni
	asiantuntija	

## 5.2. Juonen epäkonventionaalisuus

Tutkimuksen tarkoituksena oli tarkastella, miten Talvivaaran kaivosta rakennetaan sosiaalisesti Talouselämä-lehden artikkeleissa vuosina 2008–2012. Aineiston avulla rakennettiin mallitarina, joka tekee narratiivista vastaanottajille tunnistettavan. Organisaatioiden ja niiden johtajien toiminta herättää mielenkiintoa, minkä vuoksi niitä seurataan joukkotiedotusvälineissä. Menestystarinoita on monia, mutta varsinkin kriisit ja epäonnistumiset kiinnostavat yleisöä. (Hartz ja Steger 2010: 767.) Toimittajien laatimiin teksteihin tulisi suhtautua kriittisesti. Ne perustuvat todelliseen maailmaan, mutta ovat representaatioita siitä. Teksteissä näkyy erilaisia ääniä ja toimittajien tekemää tulkintaa. (Fairclough 1995: 54–56.) Narratiivisessa organisaatiotutkimuksessa tarinan juoni alkaa usein yritystä kohtaavista ongelmista, jotka täytyy ratkaista. Esimerkiksi yritys menettää markkinaosuuttaan tai markkinoille tulee uusi teknologia tai kilpailija. Nämä rikkovat vakauden, *equilibriumin*. Seuraavaksi edetään rationaalista polkua, joka lopulta johtaa joko vakauden palaamiseen tai täysin odottamattomiin lopputuloksiin. (Czarniawska 1999: 74–75.)

Kuten kaikki kertomusten alut, Talvivaaran tarinan alku on keinotekoinen (Riessman 1993: 18). Malmi on ollut maaperässä jo tuhansia vuosia, ellei kauemminkin. Kertomuksen alun siis voisi viedä miten kauas tahansa, mutta luonnollisesti Talouselämä-lehdessä kertomus alkaa siitä, kun malmin ympärille alkaa kehittyä taloudellista toimintaa. Kertomusten rakenne palvelee sen tuottajien tarkoitusperiä. Rakenteen tavoitteena on lukijoiden vakuuttaminen ja suostuttelu. Kaikilla tarinoilla ei kuitenkaan ole perinteistä juonta, joka koostuu noususta, kriisistä, kriisin ratkaisusta ja uudesta noususta. Tarina voi olla myös pelkkä tragedia, jossa ei ole onnellista loppua. Juoni on aina kertojan pyrkimys pakottaa kaaos järjestyneeseen kaavaan. (Boje ja Rosile 2003: 86, 92.) Joillakin tarinoilla siis on selkeä alku, keskikohta ja loppu; kaikilla tarinoilla tällaista rakennetta ei ole. Talvivaaran tarinan rakenne vuosina 2008–2012 ei olekaan selkeä alku, keskikohta ja loppu, sillä loppu puuttuu. Lopusta on olemassa pelkkä lupaus. Tarina ei noudattele Todorovinkaan (1975) juonirakennetta, jossa tarina on tilanne kahden vakauden välissä. Alussa vallitsee jonkinlainen vakaus – tai lähinnä lupaus vakaudesta. Vakaata loppua tai yhtä selkeää kriisitilannetta ei löydy. Tarina muistuttaa pelkkää tragediaa (Boje ja Rosile 2003).

Selkeä muutos Talouselämä-lehden suhtautumisessa näkyy vuonna 2011. Vaikka ongelmia esiintyy sitäkin ennen, niitä yritetään selittää, ja keskitytään kaivoksen positiivisiin näkymiin. Ensimmäinen negatiivinen huomio löytyy jo vuodelta 2009, mutta tämän ei anneta haitata. Vuosina 2008–2009 ollaan vielä lähellä Todorovin (1975: 163) vakautta, *equilibriumia*. Jos narratiivi on vaihe kahden vakaan tilanteen välillä, Talvivaaralta puuttuu se jälkimmäinen vakaus. Alun jälkeen yritys on kohdannut pelkkiä haasteita ja ongelmia. Talvivaaran kohdalla ei näytetä pääsevän elinkaariteorian (Aho ja Kaivo-Oja 2014: 11) ensimmäistä vaihetta pidemmälle, joka on yrityksen perustaminen. Perustamista seuraa kasvu- tai eloonjäämisvaihe, joka ei jatkuvan kriisiytymisen vuoksi oikein Talvivaaran kohdalla lähde käyntiin ollenkaan. Talvivaara on siis jäänyt polkemaan ”kuolemanlaaksoon”, joka seuraa perustamisvaihetta. Orgaaninen kasvu puuttuu, ja lisärahoitusta pitäisi löytää yrityksen ulkopuolelta.

Organisaation kohtaama kriisi on käännekohta, joka kääntää nousun laskuksi. Jos kriisejä on paljon, kertojan on valittava, mitä kriisejä hän käsittelee ja miten. Esimerkiksi jos yrityksen osakekurssi laskee pitkällä aikavälillä, on valittava, miten

laskua selitetään. Toimittajien näkemykset voivat olla erilaisia kuin analyytikoiden selitykset. (Boje ja Rosile 2003: 104.) Pitkälle laskulle ei voi olla vain yhtä ainoa yksinkertaista syytä, muutenhan se korjattaisiin välittömästi. Toisinaan lasku voi johtaa selkeään loppuratkaisuun, mutta jos kriisejä on useita, selkeää loppuratkaisua on vaikea löytää. (Boje ja Rosile 2003: 104–112.) Suuryritykset voivat käyttää julkisia speaktaakkeleita apunaan, kun ne yrittävät peittää, mitä todellisuudessa tapahtuu. Esimerkiksi Yhdysvalloissa Enron pyrki peittämään valtiolta saamiaan tukia ja monopolistista asemaansa vääristellyn taloudellisen raportoinnin avulla. Suuren yleisön, sijoittajien ja analyytikoiden on tavallaan pakko uskoa luotuihin speaktaakkeleihin, jotteivät he vaikuttaisi epäuskottavilta ja ulkopuolisilta. (Boje, Rosile, Durant ja Luhman 2004: 751–753.) Ainakin aineiston alkuvaiheessa Talvivaarasta luodaan jonkinlaista speaktaakkeliä, Kainuun ihmettä. Mitä kulisissa tai kaivoksessa todella tapahtuu, sitä eivät toimittajatkaan käytännössä pysty tietämään. Kuitenkin esimerkiksi tuotantotavoitteista jäädään jatkuvasti, ja arviot malmivarannoista ovat Talvivaaran itsensä antamia.

Loppuratkaisua seuraa usein tarinan opetus (Boje ja Rosile 2003: 114). Koska varsinaista loppuratkaisua ei aineistosta löydy, tarinan opetustakin on vaikea määritellä. Perinteistä onnellista loppua tai vakautta ei saavuteta. Aineistossa näkyy pelkästään orastavia ongelmia, jotka täytyisi jotenkin ratkaista, että päästään eteenpäin. Aineiston perusteella onnellinen loppu eli menestyvä kaivostoiminta olisi tavoitettavissa, mutta sen toteutumisen edessä on esteitä. Yksittäiset yritykset voivat muokata toimialaa ja vaikuttaa sen houkuttelevuuteen (Porter 1985: 2). Talvivaaralle näyttäisi käyneen niin, että se on mustannut koko kaivosalan maineen (Sorjanen 2014: 18–20). Koko alan maineen mustaaminen tai vuonna 2014 jätetty konkurssihakemus eivät vielä näy aineistossa. Vuonna 2011 Talvivaaran kohtaamia ongelmia aletaan käsitellä Talouselämä-lehdessä, mutta tulevaisuudennäkymät pysyvät positiivisina.



### 5.3. Metaforat romanttisessa tarinassa

Seuraavaksi tarkastellaan, millaisilla retorisilla keinoilla Talvivaaran kaivosta legitimoidaan vastaanottajille Talouselämä-lehden artikkeleissa. Varsinkin tarinan alkuvaiheessa, romanttisen juonen rakentelussa tehokeinona käytetään paljon metaforia ja ääri-ilmaisuja. Vuosina 2008–2011 Talvivaaran tarina on hyvin romanttinen, ja se luo lukijalle positiivisia ennakko-oletuksia tulevaisuudesta. Romanttiset tarinat näet perustuvat ennakko-oletukselle, että kaikilla asioilla on oikea ja todellinen merkitys, joka tulee esiin, kun ratkaisu saavutetaan. Tällöin metaforat selittävät itsensä tarpeettomiksi. (Czarniawska 1999: 21). Metaforat eli vertauskuvat paljastavat, miten niiden käyttäjät rakentavat todellisuutta (Drakopoulou Dodd 2002: 520–521). Talvivaaran kaivoksesta ja kaivoksista yleensä käytetään kaikkiaan yli 20:ä eri metaforaa. Aluksi Talvivaaraa kuvaillaan ”*kultakaivokseksi*”, vaikka kaivoksen päätuote on nikkeli eikä kulta. Talvivaara on yhden miehen *show*, jolla viitataan kaivoksen perustajaan Pekka Perään. ”Kaivos on *valtava moottori* pitkälle ketjulle.” Pekka Perän mukaan koko ketju ei edes ala, jos kaivosvero asetetaan.

Aluksi Talvivaaran piti olla ”*Kainuun pelastaja*”, mutta asiat eivät edenneet suunnitellusti. Tästä huolimatta ”Talvivaara on ollut suurin vaikuttaja *Kainuun ihmeeseen*”. ”Kaivoskisan *musta hevonen* on kaivosjätti Anglo-American.” ”Biokasaliuotus on Talvivaaran *valtti*”, vaikka kyseistä liuotusprosessia ei meinata saada millään käyntiin. Liuotus on kuitenkin sellainen asia, joka erottaa Talvivaaran muista kilpailijoista ja muista suomalaiskaivoksista, sillä niissä käytetään perinteistä teknologiaa. ”Taivas putosi Talvivaaran niskaan.” ”On kuin taivaskin olisi kääntynyt Pekka Perän *luomusta* vastaan.” Ympäristöministeriön kansliapäällikkö Hannele Pokka käyttää Talvivaarasta ilmaisua ”Pekka Perän *putiikki*”. ”Talvivaaran Pekka Perä on pyytänyt aiheuttamaansa *soppaa* anteeksi.” ”Pekka Perä palaa *rikospaikalle*.”

”Suosota häämöttää Sodankylässä” -uutiskommentin alle on listattu erilaisia kansainvälisten kaivosyhtiöiden kohtaamia ympäristöongelmia ja paikallisväestön tai ympäristöjärjestöjen vastustuksen aiheita. Lisäksi kerrotaan kansainvälisistä poliittisista ongelmista, joita varsinkin korruptoituneissa valtioissa kaivosyhtiöt voivat kohdata. Näin huomio kiinnittyy pois Talvivaarasta. Kaivosala ei ole kansainvälisestäikään aina hyvämaineista. Lopuksi todetaankin, että Suomessa olisi kansainvälisille ja miksei myös

kotimaisille kaivosyhtiöille köyhää malmia, mutta pienempiä riskejä. ”Tärkeintä on nähdä kaivostoiminnan mahdollisuudet Suomen *kasvutekijänä*.” Kaivokset tuovat Suomeen työpaikkoja, joten niihin pitäisi investoida. ”Suomi tavoittelee kestävän kaivostoiminnan *mallimaaksi*...”

Suomen valtion roolia kaivostoiminnassa ja mahdollista omistajuutta kuvaillaan eri metaforilla. ”Ympäristöministeri Ville Niinistön mielestä nyt pitää päättää, tuleeko Suomesta raaka-ainevetoinen *banaanivaltio* vai vihreän talouden *pioneeri*.” Suomessa on ”maa täynnä aarteita”. ”Kirkkaimmin Suomessa kimaltaa kulta” ja ”Maailma ahnehtii Suomen metalleja” vielä vuonna 2010. Suomi on kaivostoiminnan *eldorado*, sillä Suomen maaperässä on vaikka mitä metalleja ja niitä on sieltä hyvin ahkerasti louhittukin. ”Suomesta löytyy lähes kaikki” EU:n raaka-ainetyöryhmän listaamat kriittiset ja taloudellisesti hyvin merkittävät metallit. ”Pääomasijoituksissa valtion *työkaluna* toimii Suomen Teollisuussijoitus”, kun kyse on kaivosyhtiöiden alkuvaiheen rahoittamisesta.

Osakekurssin liikkeitä kuvaillaan viidellä eri metaforalla. ”Maailmanmarkkinoiden raaka-aineiden kysyntä heiluu, mutta on selvää, että kasvu ei lopu.” ”raaka-aineista kupari on talouden *ilmapuntari*”, joka osoittaa, että suhdannekäännö on tulossa vuonna 2009. ”Talvivaarasta on tullut *kansanosake*” vuonna 2011. Pörssikurssi on laskenut niin paljon, että ”mukana on sulanut valtion ja monen piensijoittajan omaisuus”. Silti ”*nikkelikuume* on vallannut suomalaiset” vuoden 2011 lopulla. Pari Talouselämän numeroa nikkelikuumeen jälkeen ”Talvivaarasta tuli *arpalappu*”. ”Pörssikurssista voi päätellä, etteivät myöskään sijoittajat pidä Talvivaaraa *idioottivarmana kohteena*.”

Pekka Perästä käytetään useita eri vertauskuvia. Pekka Perä on ”ensimmäinen raskaan sarjan suomalainen *kaivosmiljonääri*” ja ”*merkkimies* kansainvälisten yhtiöiden hallitsemassa bisneksessä”. Hän on ”vauhdikas *päätöksentekijä*”. Pekka Perä on ”paitsi pätevä, myös optimistinen *yrittäjä*, joka ei voivottele mennyttä, nykyistä tai tulevaa surkeutta”. ”Perän tyyli puree ja sijoittajat luottavat”. Pekka Perä on ”*projekti-ihminen*”, joka haluaa työskennellä ”tarkan tavoitteen hyväksi”. Hän on myös Talvivaaran ”*perustajaisä*”, joka voi luopua omistuksestaan, kun kaivoksen toiminta saadaan kunnolla käyntiin. ”Talvivaaran johto on harvinaisen *reilu* duunarillekin”, sillä myös kaivoksen työntekijöille on kehitetty kurssinousua enteilevä optio-ohjelma. ”Pekka Perä

poseeraa [Helsingissä kolmen sepän patsaalla] kameralle kuin *kaivosmies*. Siis vähän vaivaantuneena.” Pekka Perää ei tunnisteta Helsingissä julkkikseksi, vaikka hän on Seinäjoella syntynyt kaivosinsinööri, joka on rikastunut nopeasti ja rikastuttanut myös muita. ”...joita *härkäpäisesti* kaivosta rakentanut Perä on rikastuttanut.” ”*Kaivosmiljonääri* Perä ajaa silti edelleen samalla *Nissan-maasturilla*... Kakkosauto, *farmari-Golf* on viime vuosituhannelta”. Pekka Perä ei siis käytä kaivosmiljooniaan yleisinä statussymboleina pidettyihin autoihin. Hän on yhä vaatimaton mies, joka ajaa vaatimattomilla autoilla.

Kun loistava tulevaisuus saa epäilyttäviä sävyjä, Pekka Perä aikoo siirtyä sivuun toimitusjohtajan paikalta. On mahdollista, että ”Pekka Perän *suurhanke*” voi epäonnistua. Vuoden 2011 lopulla Perä aikoo luopua toimitusjohtajan paikasta. Syy ei ole se, että kaivos on antanut toistuvasti tulosvaroituksia. Syy on se, että haussa on prosessijohtaja. ”Olen *projekti-ihminen*... Talvivaarasta on tulossa *arkista prosessiteollisuutta*.” Kun Talvivaaran kurssi on laskenut loppuvuodesta 2011, pääsyyllinen on Pekka Perä. Kun Perä luopui toimitusjohtajuudesta, ”moni säikähti” ja osakkeen arvo putosi nopeasti.

### 5.3.1. Määrällistäminen talouden tekstin tehokeinona

McCloskeyn (1986: 70–71) mukaan taloutta käsitellään usein numeroiden, kaavioiden ja numeeristen ilmausten avulla. Tämä on talouden kielessä hyvin luontaista, taloushan koostuu paljolti numeroista. Numeerista määrällistämistä käytetäänkin artikkeleissa paljon. Erilaisia kaavioita ja taulukkoja esitetään niin osakekurssin liikkeistä kuin Suomen malmivarannoistakin. Numeroiden ja taulukoiden tehtävänä on osoittaa, että kaivostoiminta on tuottavaa ja kannattavaa. Kun halutaan luoda julkisia spektaakkeleita (Boje ym. 2004: 751–753), numeerisia ilmauksia voidaan liioitella tai vääristellä. Määrällistämistä käytetään runsaasti. Tästä johtuen kaikkia numeroita ei ole laskettu omiksi retorisiksi keinoikseen, vaan esimerkiksi numeroluettelot on laskettu yhdeksi keinoksi. Kun yhdessä virkkeessä on esitelty vaikkapa usean eri tilikauden liikevaihtoa ja tulosta, tämä on laskettu yhdeksi määrällistämiseksi. Samoin jos yhdellä sivulla on useampi taulukko tai jos yksi taulukko jatkuu useammalle sivulle, nämä on laskettu

kerran. Vuosiluvut ja ihmisten iät on jätetty pois ellei niillä ole pyritty johonkin lopputulokseen. Jos tekstissä on vain mainittu henkilön ikä, sitä ei ole laskettu retoriseksi keinoksi. Päällekkäisyyksien välttämiseksi moniselitteiset sanalliset ilmaisut on jätetty määrällistämisen ulkopuolelle. Jos toimittaja esimerkiksi epäilee pörssikurssien nousevan kuin raketti tai laskevan kuin lehmän häntä, nämä on lajiteltu metaforiin.

”Outokumpu hallitsi koko tuotantoketjua, mutta yhtiö ei ymmärtänyt sen *arvoa*” ”irrokkien yhteenlaskettu liikevaihto oli viime vuonna *viisi miljardia dollaria*...  
...*suhteellinen kannattavuus* oli selvästi emoa parempi” ”Ne *nelinkertaistavat* malmien louhinnan Suomessa ja työllistävät *600* ihmistä”. Kaivokset tuovat Suomeen ”*miljardeja euroja, tuhansia työpaikkoja*”. Talvivaara on myös työntekijämäärällä mitattuna Suomen suurimpia kaivoksia, sillä *Talouselämä*-lehden arvion mukaan se työllistää noin 400 ihmistä. Pienemmät kaivokset työllistävät 90–300 ihmistä. Numeerisia ilmauksia käytetään artikkeleissa tukemaan haluttua sanomaa eli sitä, että kaivos on suuri ja sillä on positiivisia talousvaikutuksia.

Määrällistäminen liittyy kannattavuuden lisäksi erityisesti kaivosten omistajuuteen. Numeroilla ja luvuilla perustellaan sitä, että valtion pitäisi saada osuutensa kaivosten tuottamista voitoista. Erityisesti *Talouselämä*-lehdessä kannetaan huolta siitä, miten kaivosten mahdolliset tuotot valuvat ulkomaille. Koska Talvivaaralla on suomalaisia omistajia: Pekka Perä, Suomen valtio ja monia piensijoittajia, kaivos nousee teksteissä erityiseen asemaan. Suomalaisen pitää sekä valtiona että piensijoittajina saada oma osuutensa kaivosten kassavirroista. ”Ulkomaiset ostajat saivat hyvää *hävyttömän halvalla*” lukee artikkelin ingressissä, jossa listataan viiden ulkomaalaisomisteisen kaivoksen kauppahintoja ja liikevoittoja. Talvivaara on mainittu suomalaisomisteisena poikkeustapauksena, jonka kauppahinta oli yksi euro, mutta markkinahinta Lontoon pörssissä vuonna 2008 oli 1,3 miljardia euroa. ”[ulkomaalaiset] omistajat ovat tienanneet kauppahinnan *moninkertaisesti* takaisin” ”...Boliden Kokkola, joka teki peräti *69 prosentin tuoton* sijoitetulle pääomalle. Vuosi 2006 oli tosin vielä parempi: tuottoa tasan *sata prosenttia*.” Kaivostoiminta on siis kaivoksia ostaneille ulkomaalaisille pääomasijoittajalle hyvin tuottoisaa toimintaa.

Kun rupeaa näyttämään siltä, että kaikki kaivokset eivät ehkä olekaan pelkkiä rahasampoja, myös numeeriset retoriset keinot ja taulukot muuttuvat negatiivisempaan suuntaan. Vuonna 2012 yhdessä uutiskommentissa verrataan Talvivaaran osakekurssin ja nikkelin maailmanmarkkinahinnan laskua. Talvivaaran osakekurssi on laskenut jyrkemmin kuin nikkelin hinta. ”Talvivaara putosi nikkelin kyydistä.” Vaikka talousluvut näyttävät yhtä, itse uutisen sisältö sanoo toista: ”Tutkimusyhtiö Inderes pitää osaketta *halpana*” ja ”osinkotuotto saattaa nousta yli *viiden prosenttia*”. ”Perän Talvivaara-omistuksen arvo oli korkeimmillaan lähes *420 miljoonaa euroa*, mutta on pudonnut kolmannekseen huipusta.” ”Yhtiöllä on käteistä rahaa vain *38 miljoonaa euroa*... Kun nikkelin hinta on vain *18 000 dollaria*” analyytikko arvelee kaivoksen taloudellista tilannetta. ”Talvivaaran pörssi-arvo on enää alle *puoli miljardia euroa*. Onhan sekin paljon rahaa *yhteen euroon* verrattuna.” ”Kaivosbuumin toinen aalto vaatii lähes *viiden miljardin euron* investoinnit. Kotimainen raha ei tähän riitä.” ”*Viisi miljardia euroa* pitää löytyä *viidessä vuodessa*...” Toisto ja rinnastaminen lisäävät numeeristen määrien tehokkuutta.

### 5.3.2. Hyperbola eli ääri-ilmaisut odotusten rakentajina

”Suomen maaperän *rikkauDET houkuttelevat*” ulkomaisia kaivosyhtiöitä ja pääomasijoittajia. ”Kotimaan vakaat *kalliot järkkäyivät*, kun Suomi vuonna 1994 purki kaivoslain ulkomaalaisrajoitukset”, minkä lisäksi vanhat suomalaiset kaivosyhtiöt ovat myyneet kaivosomistuksiaan rahoituksen tarpeessa. Suomessa on ”*metallibuumi*”, syrjäseuduilla on ”*kaivosbuumi*”.. Pyhäsalmen sinkki- ja kuparikaivos on ”*tolkuttoman hyvä sijoitus*”. Talvivaara ”*säteilee* työtä” koko Kainuuseen. ”Kirkkaimmin Suomessa kimaltaa *kulta*”. Kulta on siis nikkeliin ja muihin kaivannaisiin verrattuna paljon kannattavampaa. Vuoden 2011 alussa ”jos valtio nyt lähtisi kaivosteollisuuteen, me kaikki voisimme *menestyä* kuten Pekka Perä tai ...australialainen monimiljonääri Bruce Rowan”. Suomalaisen pitäisi olla kiinnostuneempia luonnonvaroistaan, sillä ”*mehevimmät voitot* menevät ulkomaiselle kaivosyhtiölle ja sen omistajille”.

”Talvivaara herättää pörssin horroksesta”, kun se rinnakkaislistautuu Helsingin uinuvaan pikkupörssiin. Näin piensijoittajatkin voivat ostaa osakkeita. ”Osakekurssissa

on mahtavasti *nousuvaraa*” ja ”piensijoittajat ovat *äänestäneet sankasti* Talvivaaran puolesta”. Toisaalta todetaan, että ”on *vaarallista* ennustaa... *jatkuvaa kurssinousua*”, mutta tätä jatketaan sillä, että yhtiö on kehittänyt pörssikurssiin sidotun kannustinohjelman yhtiön johdolle. Eli yhtiön johtokin uskoo jatkuvaan kurssinousuun, vaikka se järkevän talouslehden mielestä olisi vaarallista: ”tässäkin virityksessä on... *mojovan* kurssinousun odotus”.

”Biokasaliuotus on Talvivaaran *valtti*”, vaikka kyseistä liuotusprosessia ei meinata saada millään käyntiin. Liuotus on kuitenkin sellainen asia, joka erottaa Talvivaaran muista kilpailijoista ja muista suomalaiskaivoksista, sillä niissä käytetään perinteistä teknologiaa. Kaivoksessa on ympäristöongelmia. Nikkelin ja muiden metallien lisäksi olisi kuitenkin olemassa mahdollisuus tuottaa myös uraania. Tämä ”pelottaa ympäristöväkeä”, mutta ”sijoittajille se on *mahdollisuus*”. Perä ei ”epäile *hetkeäkään*, etteikö hanke *onnistuisi*. Se on joka näkökulmasta *järkevä*...”. Vaikka Talvivaaran ongelmat on loppuvuodesta 2011 jo todettu, ”*taistelu* kaivosmiehistä alkaa Lapissa”. ”Palkkakilpailu orastaa... kun pula osajista *kiristyy*. Lopullisesti työmarkkinat voi *kuumentaa* Anglo-Americanin *suurhanke* Sodankylässä.”

”Konepajoille ja rakentajille maailman ja Suomen viime aikojen *kaivosbuumi* on tuonut *pelkkää hyvää*.” Alihankkijat siis hyötyvät kaivosteollisuudesta. Nämä rahat jäävät kotimaahan eivätkä karkaa ulkomaisille sijoittajille. ”Moni Suomen kaivoksista pärjäsi mainiosti, vaikka Talvivaara ja Laivan kaivos *rämpivät syvällä*.” ”Kaivostoiminta on *riskibisnestä*.” Vaikka kaksi kaivosta rämpiä, kaivostoiminta voi olla kannattavaa. Näistä menestyvistä kaivoksista puhutaan liian vähän julkisuudessa. Esimerkiksi Inmetin omistama Pyhäsalmen kaivos on ”alansa kiistaton *huippu*” ja teki ”*poskettoman tuloksen*”, vaikka on elinkaarensa loppupuolella. Eli kun Talvivaaran tilanne näyttää hyvin vaikealta, esiin nostetaan ääri-ilmaisujen avulla muita esimerkkejä, jotka todistavat kaivostoiminnan kannattavuutta.

Vuonna 2012 tilanne muuttuu radikaalisti, sillä nikkelin hinta on painunut niin alas, että se on yksi asia, joka ”*runtelee* Talvivaaran osaketta”. ”...osake heiluu nikkelin tahdissa.” Vuonna 2007 nikkelin hinta oli 54 000 dollaria tonnilta, vuonna 2012 hinta oli 17 000 dollaria. ”Halpa nikkeli *kurittaa*” Talvivaara. Talvivaara onkin antanut tulosvaroituksen. ”Halpa nikkeli kasaa kannattavuuspaineita myös Talvivaaran

*niskaan.*” Kaivos on personifioitu, ja sen niskaan kasataan paineita. Myös tuotantotavoitteista on jääty. ”Sotkamon *päästökatastrofi* loi *viranomaisvihaa*” kerrotaan, kun ympäristövahinkoja aletaan tutkia tarkemmin loppuvuodesta 2012. Tämä on ensimmäinen kerta, kun ympäristöongelmista käytetään näin voimakkaita ilmaisuja. Viha ei kuitenkaan tässäköön kohtaa kohdistu kaivokseen vaan viranomaisiin, jotka ovat valvoneet ja luvittaneet kaivostoimintaa.

Tarinan alkuvaiheen vaatimaton sankari myöntää keväällä 2012 henkilöhaastattelun otsikossa, että ”Olemme tehneet virheitä, minä olen tehnyt virheitä”. Vaikka virheitä on tehty, ”kyllä saldo *selvästi positiivinen* on”. ”Tässä on *valtava potentiaali ja ...hieno porukka*”, Perä sanoo, ettei ole karkaamassa mihinkään. ”Perä on *noitunut* ympäristöministeri Ville Niinistön lausuntoja”, jotka ovat Perän mielestä syynä osakkeen kurssilaskuun. Niinistö on toimittajankin mukaan ”*talousnihilisti*”.

### **5.3.3. Asiantuntijuus ja tosiasiat legitimaation vahvistajina**

Vaikka journalismi ei välitä lukijoilleen ns. ”puhdasta”, vaan jollakin tavalla tulkittua informaatiota, maailmassa olevat draamat voidaan kuvata vain informaatioon perustuen (Hemánus 1990: 31). Informaation olemusta tai oikeellisuutta on vaikea määrittellä, mutta journalismi tekee yhteiskunnasta ja sen toiminnasta jatkuvasti selityksiä, tulkintoja ja arvottavia väitteitä. Nämä piirteet voidaan tuoda esiin joko suorasti tai epäsuorasti. Tiedotusvälineet myös valitsevat osaltaan lukijoidensa puolesta ne aiheet, joita julkisuudessa käsitellään. (Hemánus 1990: 34–35.) Vaikka lopputuote olisi muokattu eli epäsuora, sen odotetaan vastaavan sanottua eli representoitua sisältöä tarkasti.

Asiantuntijoihin on kategorisoitu eri alojen asiantuntijat, joita löytyy niin rahoituksen, yritysanalyysien kuin ympäristöntutkimuksenkin aloilta. Myös poliitikot on laskettu asiantuntijoihin, mikäli he esittävät artikkelissa oman toimenkuvansa kautta kaivosteollisuuteen tai Talvivaaraan liittyviä kannanottoja. Asiantuntijoita yhdistää se, että he tulevat organisaation ulkopuolelta. Pekka Perää ei ole laskettu asiantuntijaksi, sillä hän on sekä Talvivaaran omistaja että toimitusjohtaja. Pekka Perälle onkin artikkeleissa usein varattu sellainen rooli, jossa hän joko pyrkii kumoamaan esimerkiksi

ympäristöviranomaisten näkemyksiä, hän joko kiertelee niitä tai esittää asiasta oman mielipiteensä. Toimittajia tai yleisönosastolle kirjoittaneita ei ole myöskään laskettu mukaan asiantuntijoihin. Toimittajat esittävät mielipiteensä ammatillisessa roolissaan, yleisönosastolle kirjoittavat puolestaan lukijan ja vastaanottajan roolissa.

Suomen kaivoksia ei voi verrata ulkomaihin, koska malmit ovat erittäin köyhiä. Varannot ovat isot, mutta pitoisuudet ovat pieniä. ”Tilanteen muutti... alkanut metallien raju hinnannousu – niin kutsuttu *supersykli* – ja uusi parempi tekniikka.” Supersyklin ansiosta Talvivaara vaikutti kannattavalta. ”Onko ...louhimisessa mitään järkeä?” Alihankkijoiden mielestä louhimisessa on paljonkin järkeä, koska se työllistää ihmisiä. Kaivosteollisuus hyödyttää myös kansantaloutta kerrannaisvaikutusten kautta. ”Koko kaivosklusterin suora työllisyys nousee yli 5000 henkilöön.”

”*Vaatimattomassa* toimistotalossa oleva Talvivaaran konttori on *karun asiallinen*”. Kaikki ne rikkaudet ja miljoonat eivät näy Talvivaaran pääkonttorilla pääkaupunkiseudulla ”...kaivos toimii jo melko hyvin ja Talvivaara tekee voittoa” vuoden 2011 alussa. ”...jotkut uusista kaivoshankkeista ovat kangerrelleet paljon Talvivaaraa pahemmin.” Loppuvuodesta 2011 Talvivaaralla on ongelmia. Ympäristöongelmiin on Talvivaaran mukaan reagoitu ja ”päästöt ovat *vähentyneet huomattavasti*”. Vaikka ongelmia on, ne ovat ”kaikille tuotantolaitoksille *tavanomaisia*” ja ”kaivosalueella kaikki näyttää *lupaavalta*”. Rikkivedyn haju on ”tyrmäävä”, mutta sekin hälvenee ”lupausten mukaan”.

Elinkeinoministeri Jyri Häkämiehen mielestä kaivosveroa ja ympäristöongelmia ei pidä sekoittaa toisiinsa. ”Kaivoshankkeet ovat hirveän *pitkäjänteisiä* ja edellyttävät *riskinottoa*. Hallituksen *kaivoslinja* on positiivinen.” ”Kuka vie *kaivosrahat*? On lähes *samantekevää*, kuka omistaa Suomen kaivokset. Suurin osa kaivostoiminnan rahoista *virtaa muille* kuin kaivosten omistajille. Isoja veroja köyhistä malmioista *ei irtoa*.” Näin kuuluu otsikko ja ingressi kesällä 2012. Kaivosten omistajuutta on artikkeleissa tähän saakka paljon arvuuteltu. ”... *uuden, hyvän kaivoslain* muuttaminen olisi silkkaa hulluutta, poliittisten pisteiden hakua”, sanoo kaivosteollisuutta selvittänyt Tom Niemi. Asiantuntijana hän ei siis kannata kaivosveroa, koska se olisi tarpeeton lisäkustannus.



Kaivoksilla on kova pula osaavista työntekijöistä Suomessa ja Ruotsissa, sillä kaivoksia putkahtelee molempien maiden pohjoisosissa sinne tänne. ”Eikä tässä vielä kaikki. Suurtyöttömyys on Lapin kaivoskunnissa jo selvästi helpottanut.” Työntekijöitä on toistaiseksi vielä kaivoksille löytynyt. Heitä on lisäksi itse ja ammattiopistoissa koulutettu. Anglo-American pitää Sodankylää ”eurooppalaisen etsintätyönsä keskuksena”. ”Naiset voivat pelastaa louhokset.” Yllättävästikin naiset sopivat kaivostyöhön, sillä se ei ole enää fyysisesti niin raskasta. Naiset voivat olla jopa tuottavampia kuin miehet. Ulkomaisia työntekijöitä on hankalampi työllistää, jos heillä ei ole ”hallussa sama *komentokieli*”.

”Näyttää siltä, että isot kansainväliset kaivosyhtiöt osaavat ostaa oikeita kaivoksia, tai sitten ne osaavat pyörittää kaivoksia paremmin kuin pienet yhden kaivoksen pohjoismaiset yhtiöt.” Myös First Quantum Mineralsin kultakaivos Kevitsalla on käynnistynyt aikataulussa ja tuotanto pyörii. Kansainväliset kaivosyhtiöt pitävät maaliskuussa 2012 julkistetun tutkimuksen mukaan Suomea ”maailman toiseksi kiinnostavimpana investointikohteena”. ”Se lupaa Suomelle hyvää.” ”Kehitysmaat sijoittuivat vertailussa häntäpäähän.” ”...kaivostoiminnasta on Suomelle ja suomalaisille hyötyä vielä vuosikymmenet, kunhan *pää* pidetään *kylmänä*.” Suomi on poliittisesti vakaa ja ennustettava maa, mistä ominaisuuksista on pidettävä kiinni eikä omia mahdollisuuksia pidä itse tuhota.

#### **5.4. Dominoivien ja marginaalisten äänten tulkinta: toimittajien ja toimitusjohtajan äänet**

Kolmantena tutkimuskysymyksenä tutkittiin, mitkä äänet dominoivat Talvivaaran tarinaa ja mitkä äänet jäävät legitimaatioprosessissa marginaalisiksi. Dominoivina ääminä aineistossa esiintyvät Talvivaaran toimitusjohtaja ja suuromistaja Pekka Perä sekä toimittajat, jotka dominoivat tekstejä ammattinsa puolesta. Toimittaja valitsee, kenen ääni pääsee kuuluviin ja mitä tekstiin otetaan mukaan ja mitä jätetään pois (Fairclough 1995: 55–56, Fairclough 1997: 13). Valintoihin vaikuttaa usein kohdeyleisö ja mitä sen oletetaan aiheesta jo tietävän (Fairclough 1995: 62). Valinnat eivät aina ole

tietoisia vaan ne voivat olla ammatillisia konventioita, tapoja tehdä toimittajan työtä. Valinnat voidaan kuitenkin nähdä olemassa olevien ja epäsymmetristen valtasuhteiden legitimoitina ja toistona. Toimittajat esittävät valtaapitävien äänen ikään kuin se olisi yleinen totuus. (Fairclough 1995: 63). Tiedotusvälineet kilpailevat toistensa kanssa ja pyrkivät mahdollisimman suureen näkyvyyteen, mikä myös vaikuttaa niiden käytäntöihin ja teksteihin. Näiden pitäisi olla mahdollisimman laajaan yleisöön vetoavia. (Fairclough 1997: 60–61.)

Aineistossa toimittajan ääni sekoittuu muihin ääniin, koska toimittaja pääsee valitsemaan, kenen ääni pääsee kuuluviin. Jollei kyseessä ole suora haastattelu, on vaikea erotella sitä, mitä joku muu on sanonut ja mikä on toimittajan omaa tulkintaa. Ja vaikka kyseessä olisi suora haastattelu, silti toimittaja on valinnut ne vastaukset, jotka on julkaistu. Koko vastausta yhteen kysymykseen tuskin pystytään toimituksellisista tai muista syistä edes julkaisemaan. Toimittajan ääntä voidaankin tässä aineistossa pitää kaikkein hallitsevimpana. Vaikka aineiston on kirjoittanut 20 eri toimittajaa, Talouselämä-lehden näkemys toistuu valittuna ajanjaksona varsin yhtenäisenä. Toimittajat myös pääsevät valitsemaan ne retoriset keinot, joita he käyttävät. Tästäkin syystä toimittajien ääniä voidaan pitää aineistossa dominoivina.

Pekka Perä edustaa Talvivaaran kaivosta aineistossa lähes poikkeuksetta aina yksin. Aluksi Pekka Perän hahmo on nerokas liikemies, rohkea yrittäjä ja ainoa suomalainen kaivosomistaja. Muut kaivokset omistaa ulkomainen pääoma. Toisaalta kuitenkin korostetaan Perän vaatimattomuutta ja tavallisuutta. Poseeraaminen Kolmen sepän patsaalla ei ole aikuisen miehen hommaa, ja suuresta omaisuudestaan huolimatta Perä ajaa vaatimattomalla autolla. Myös Talvivaaran konttori pääkaupunkiseudulla on vaatimaton. Perä on projekti-ihminen. Toimitusjohtaja vaihdetaan, koska tarvitaan prosessi-ihminen, Harri Natunen, joka osaa tilata oikeat osat oikeaan aikaan ja pitää homman käynnissä. Kun ikävyydet saavuttavat laajat mittasuhteet, prosessi keskeytyy ja Perä joutuu palaamaan toimitusjohtajaksi. Natunen jää aineistossa hyvin vähälle huomiolle. Natunen antaa yhdessä artikkelissa arvion siitä, että tuotanto saadaan vuoden 2012 loppuun mennessä kasvuun.

Haywardin ym. (2004: 639) artikkelissa toimitusjohtajan ylikorostaminen tosin liittyy yrityksen poikkeukselliseen menestykseen ja positiiviseen julkisuuskuvaan. Talvivaaran

kohdalla suoraviivaista menestystä ei löydy. Julkisuuskuvakaan ei ole täysin positiivinen, sillä aineistossa käsitellään myös negatiivisia asioita, kuten ympäristöongelmia. Talvivaaran riippuvuus Pekka Perästä mainitaan aineistossa toisaalta ongelmana: hän on sekä yksi suurimpia omistajia että toimitusjohtaja. Usein toimitusjohtajan persoonallisuus korostuu julkisuudessa, hän ikään kuin edustaa koko yritystä. Toimitusjohtaja esitetään usein mediassa yksinkertaistettuna selityksenä yrityksen menestykseen. (Hayward ym. 2004: 639–645.) Tällä voi olla vahingollisiakin seurauksia. Haywardin ym. (2004: 639–649) mallissa toimitusjohtajan kuuluisuus ja esiintyminen tiedotusvälineissä johtaa ylioptimistisuuteen, lisääntyneeseen riskinottoon ja tiettyihin toimintamalleihin juuttumiseen. Pekka Perä -riippuvuus mainitaan aineistossa riskinä yritykselle, mutta toisaalta korostetaan hänen kyvykkyyttään ja erinomaisuuttaan. Pekka Perä on samalla tarinan sankari ja roisto. Varsinkin alkuvaiheessa hän on rohkea ja lupaava yrittäjä, joka tuo työtä syrjäseuduille ja ottaa sellaisia riskejä, joita harva uskaltaisi ottaa. Tarinan loppupuolella riskit alkavat toteutua.

#### **5.4.1. Dominoivan ja marginaalisen välissä: asiantuntijat, virkamiehet ja poliitikot**

Varsinkin uutistekstien tuotannossa viitataan usein legitimoituina ja luotettavina pidettyihin lähteisiin. Tällaisia lähteitä ovat esimerkiksi eri alojen asiantuntijat, viranomaiset ja poliitikot. (Fairclough 1997: 69.) Journalismia on kritisoitu paljon siitä, että se antaa äänen vallassa oleville viranomaislähteille sekä aliarvioi yleisöään ylhäältä alas etenevässä tiedonkulussa. Yleisösuhte on asettanut yleisön katsomoon ja julkisen vallan kauas yleisön tavoittamattomiin. (Kuusisto ja Sirkkunen 1999: 21–22.) Yksi esimerkki talousjournalismissa usein esiintyvistä asiantuntijoista ovat analyttikot. He ovat eräänlaisia tiedonvälittäjiä, jotka vaikuttavat siihen, miten toimitusjohtajan tai yrityksen julkisuuskuva rakentuu tiedotusvälineissä. He tosin toimivat toimittajan kautta. (Hayward ym. 2004: 638.) Analyttikoiden ja muiden asiantuntijoiden kannanottoja pyytää tai etsii toimittaja, joka myös valitsee, mitkä kannanotot julkaistaan.

Aineistosta löytyy muutamia esimerkkejä analyytikoiden kannanotoista. Kannanotot ovat lyhyitä, ja ne esiintyvät mainintoina laajemmissa artikkeleissa. Osaketutkimusyhtiö Inderesin analyytikko Sauli Vilén on vuonna 2010 sitä mieltä, että Talvivaara on Suomen pörssissä mahdollinen valtauskohde. Varsinkin venäläiset ostajat olisivat kiinnostuneita kaivoksesta. Citigroup-pankin analyytikko Michael Flitton arvioi, että Talvivaaralla on kassassa vähän käteistä rahaa ja että nikkelin hinta on alhaisella tasolla. Flitton suosittelee myymään Talvivaaran osakkeet, mutta moni muu analyytikko taas suosittelee ostamaan niitä. Nikkelille on niin paljon kysyntää, koska kehittyvät maat tarvitsevat niitä. Tämä on siis toimittajan näkemys, ei omalla nimellään esiintyvien analyytikoiden näkemys. Pankkiiriliike Merrill Lynchin strategi Johannes Joosten mielestä Suomen talous näyttää kansainvälisessä perspektiivissä suhteellisen hyvältä, mutta Suomen pitäisi keskittyä vain kalliisiin ja kehittyneisiin tuotteisiin. Kaivoksiin ei kannata sijoittaa. DNB Marketsin nimetön analyytikko on sitä mieltä, että Talvivaaran on käytävä omistajien kukkarolla eli järjestettävä osakeanti. Loppuvuodesta 2012 osa instituutiosijoittajista myy Talvivaaran osakkeet. Citibank ja Inderes odottavat uutta osakeantia. Analyytikot ovat Talouselämä-lehdessä eri mieltä kuin toimittajat. Analyytikot eivät suosittele ostamaan Talvivaaran osakkeita eivätkä pidä yrityksen näkymiä erityisen hyvinä..

Aineistosta löytyy analyytikoiden lisäksi muidenkin rahoituksen ja sijoittamisen asiantuntijoiden näkemyksiä. Nekin ovat lyhyitä kannanottoja, jotka liitetään artikkelien muuhun sisältöön. Helsingin kauppakorkeakoulun rahoituksen professori Vesa Puttonen ei usko etusyklisiin osakkeisiin eli siihen, että kaivos- ja metalliyritysten osakkeet lähtevät ensimmäisinä nousuun, kun talous alkaa kasvaa. Hän ei ostaisi kaivosyhtiöiden osakkeita vuonna 2009. Konkarisijoittaja Kim Lindström pitää Talvivaaran suunnattua antia instituutiosijoittajille huonosti toteutettuna, koska se sorsii vanhoja omistajia ja osakkeet sai merkitä alihintaan. Tästä seurasi osakekurssin lasku. Osakesäästäjien keskusliiton puheenjohtaja Timo Rothovius on samaa mieltä. Handelsbanken on huolissaan vuonna 2013 erääntyvistä lainoista.

Kaivosalan asiantuntijoita ja kilpailijoiden edustajia esiintyy myös aineistossa. Ruotsalaisessa tutkimusyhtiössä työskentelevä professori Magnus Ericsson on sitä mieltä, että kiinalaiset haluavat sijoittaa pohjoismaisiin kaivoksiin ja että heidät tulisi

toivottaa tervetulleiksi. Pienen amerikkalais-kanadalaisen kaivosyhtiön Taranis Resourcesin johtaja John Gardiner suosittelee suomalaisille sijoituksia oman maan kaivosyhtiöihin, sillä näin Kanadassakin on toimittu. Teollisuussijoituksen kaivossijoituksista vastaava Kimmo Viertola uskoo, että Talvivaara rohkaisee muitakin kaivosyhtiöitä rinnakkaislistautumaan Helsingin pörssiin. Näin aikookin tehdä hopeakaivos Sotkamo Silver, jonka toimitusjohtajaa Timo Lindborgia eivät Talvivaaraa koskevat negatiiviset uutiset pelota. First Quantum Mineralsin Suomen yhtiön toimitusjohtaja Andrew Reid ei kannata kaivosveroa, koska Suomessa malmipitoisuudet ovat niin matalia. Keliber Oy:n toimitusjohtaja Olle Sirenin mielestä kaivosyhtiöiden pitäisi valittaa EY-tuomioistuimeen saakka suomalaisen byrokratian hitaudesta. Alihankkijoiden edustajia puolestaan esitellään siinä vaiheessa, kun on vielä toivoa ja positiivisia näkymiä. Vuoden 2012 kesällä Paakkola Conveyorsin toimitusjohtaja Tomi Juntikka sanoo, että alalla on työvoimapulaa. Yritys teki kaivoksille kuljettimia, mutta on hakeutunut konkurssiin ja lopettanut toimintansa keväällä 2014 (Kukko-Liedes 2014).

Suomen valtion roolia kaivostoiminnassa ja kaivosten omistajana pohditaan aineistossa laajasti. Yritystoiminta liitetään taloudelliseen kasvuun ja hyvinvointiin, joten monet valtiot tukevat sellaista toimintaa. Valtiot voivat edesauttaa yrityksiä verotuksella, lainsäädännöllä, infrastruktuuria ylläpitämällä, immateriaalioikeuksia puolustamalla sekä kansainvälistä kauppaa ja finanssimarkkinoita säätelemällä. (McGrath 1999: 15.) Talouselämässä valtiolle vaaditaan usein paljon laajempaa roolia kuin pelkkää toimintapuitteiden luomista. Suomen valtio ostikin Talvivaaran osakkeita talvella 2011 sijoitusyhtiö Solidiumin kautta. Solidiumin toimitusjohtaja Kari Järvinen oli silloin sitä mieltä, että supersykli jatkuu. Suomen Teollisuussijoituksen johtaja Kimmo Viertola ei usko, että tarvitaan ulkomaisia sijoittajia, jotta Suomeen saadaan riittävästi kaivossijoituksia. Viertola ei myöskään halua, että valtio omistaa kaivosyhtiön. Nykyinen työnjako Teollisuussijoituksen ja Solidiumin välillä on toimiva. Teollisuussijoitus rahoittaa kaivosten alkuvaiheen tutkimus- ja selvitystyötä, sitten Solidium toimii varsinaisena omistajana. Näin toimittiin Talvivaaran kohdalla.

Monet ministerit häärivät Talvivaaran ja muiden kaivosten ympärillä Talouselämä-lehdessä. Ympäristöministeri Paula Lehtomäki joutuu sisäpiiriepäilyjen kohteeksi, kun

hänen miehensä sijoitukset Talvivaaran osakkeisiin paljastuvat. Elinkeinoministeri Mauri Pekkarinen esitellään kaivosvaltaajana, kun hän peräänkuuluttaa kaivoksille vahvempaa suomalaisomistusta. Pekkarinen haluaa vuonna 2011 selvittää, millainen rooli valtiolla voisi olla kaivosalalla. Selvityksen tekijäksi valittiin kaivosveteraani Tom Niemi. Tom Niemi on kaivos- ja metallikonkari, jonka mielestä kaivosvero ei tarvita. Niemi myös uskoo kesällä 2012, että supersykli jatkuu vielä. Tom Niemi on loppuvuodesta 2012 sitä mieltä, että kaivosten pitää käyttää parasta mahdollista teknologiaa eikä pelkästään noudattaa viranomaisten vähimmäisvaatimuksia.

Ympäristöministeri Ville Niinistö muistuttaa, että kaivos voidaan sulkea, jos päästöt aiheuttavat peruuttamattomia haittoja. Elinkeinoministeri Jyri Häkämies kuitenkin rauhoittelee tilannetta. Ympäristöongelmat ovat vakavia, mutta parempaan suuntaan on menty loppuvuodesta 2011. Ville Niinistö haluaa, että louhintaverot laitetaan Suomessa harkintaan. Hän haluaa, että kaivosteollisuudesta jäisi enemmän rahaa Suomeen. Ministeri myös korostaa, ettei ympäristöviranomaisten tehtävänä ole hidastaa teollisuutta, vaan huolehtia siitä, että haitat ovat mahdollisimman pieniä. Omistajaohjausministeri Heidi Hautala pahoittaa lappilaisyrityksien mielet, kun hän vertaa Suomea Kongoon. Elinkeinoministeri Jyri Häkämies toivottaa kaivosyhtiöt tervetulleiksi Suomeen alkukesästä 2012. Hän ei myöskään usko siihen, että kaivosvero on Suomessa mahdollinen. Häkämiehen mielestä Hautalan Kongo-vertaus oli epäonnistunut. Ympäristöasiat vaativat vielä lisäselvittelyä, mutta kaivosverolla niitä ei voida maksaa. Hautala ja Niinistö esiintyvät aineistossa kriittisinä ääninä, muut ministerit haluavat lisäselvityksiä ja ovat toiveikkaita kaivosteollisuuden suhteen.

Päätoimittaja Ruokasen pääkirjoituksessa loppuvuodesta 2012 vilisee erilaisia ääniä. Kansanedustajat Eero Lehti, kokoomus; Timo Kalli, keskusta ja Miapetra Kumpula-Natri, sosiaalidemokraatit, ovat käyneet harvinaisen tervejärkisen keskustelun Talvivaaran tilanteesta. Vihreiden puheenjohtaja ja ympäristöministeri Ville Niinistö pelaa turhaa poliittista peliä Talvivaaran kustannuksella. Niinistö syyttää edellisen hallituksen keskustalaisia ministereitä Paula Lehtomäkeä ja Mauri Pekkarista aluehallintouudistuksen virheistä, jotka ovat johtaneet Talvivaaran ongelmiin. Entinen ministeri ja EK:n uusi toimitusjohtaja Jyri Häkämies on sitä mieltä, että yhdistämällä yritysvastuu, lupakäytännöt ja valvonta kaivostoiminta saadaan toimivaksi ja eettiseksi.

Julkisella sektorilla on muitakin yksittäisiä ääniä aineistossa. Jopa kirkko mainitaan yhdessä artikkelissa, kun Kuopion piispa on julkisesti osallistunut uraanin louhintaa vastustavaan tilaisuuteen. Aineiston alussa Kittilän vs. elinkeinoasiamies suorastaan riemuitsee, kun kaivos täydentää loistavasti kunnan työpaikkatarjontaa. Kyse ei tosin ole Talvivaarasta. Kainuun ely-keskuksen ympäristöbiologi Ilkka Haataja kuvailee Talvivaaran lähijärvien vettä merivedeksi. Makean veden suolapitoisuudet ovat nousseet Talvivaaran päästöjen vuoksi. Viranomaiset eivät suosittele käyttämään vettä pesuvetenä. Ympäristöministeriön kansliapäällikkö Hannele Pokka antaa mielipiteensä kaivosongelmien hoitamiseen loppuvuodesta 2012. Hänen mielestään sekä kaivoksen oma toiminta että ympäristöviranomaisten toiminta tulee selvittää juurta jaksain. Erikoistutkija Jaakko Mannion mielestä kaivoksen päästöt ovat vaikeuttaneet lähivesistöjen normaalia kiertoa. Viranomaisten näkemykset Talvivaarasta eivät ole aineistossa kovin mairittelevia.

#### **5.4.2. Marginaaliset äännet eli kansan ääni ja kriittinen ääni**

Kansan ääntä eli tavallisia ihmisiä käsitellään yleensä yhtenä massana (Fairclough 1997: 11, 56–57). Talouselämä-lehti ei varsinaisesti ole ”koko kansan” lehti, koska se on suunnattu johtajille ja taloudellisia päätöksiä tekeville ihmisille (Talentum 2014). Aineistossa pääasiallinen kansan ääni on piensijoittajat, joita käsitellään yhtenä kasvavana massana. Aluksi ongelmana on se, että Talvivaara on listautunut pelkästään Lontoon pörssiin eivätkä piensijoittajat pääse osakkeisiin käsiksi edullisesti. Kun Talvivaara rinnakkaislistautuu Helsingin pörssiin, piensijoittajat ostavat osakkeita kuin hullu puuroa. He ovat ladanneet osakkeeseen suuret kasvuodotukset. Piensijoittajien ostohuumaa seurataan artikkeleissa ahkerasti. Kansan äänen ja omistajan sekoitus on porilainen asianajaja Jouko Kauppila, joka on Talvivaaran 48. suurin omistaja. Kauppila uskoo Perän ammattitaitoon ja toivoo, ettei osakkeen hinta laske enempää. Hän myös uskoo, että vuonna 2011 kaivoksen lisärahoitustarpeet kasvavat. Kauppila uumoilee osakeantia, johon valtio osallistuu ja ostaa suuremman osan Talvivaarasta.

Muita kansan edustajia aineistossa mainitaan, kun halutaan tukea kaivosalan mahdollisuuksia. Esimerkiksi Kittilän kyläkauppiaille paikallinen kaivos on ollut

merkittävä. He olivat jo suunnitelleet eläkkeelle lähtöä, mutta kaivoksen rakentaminen oli nostanut asiakasmääriä niin, että eläköityminen oli estynyt. He aikoivat jäädä eläkkeelle, kun kaivos saataisiin käyntiin. Samaisessa artikkelissa haastatellaan myös muutamia kaivosten työntekijöitä, jotka ovat muuttaneet tai harkitsevat muuttamista työn perässä syrjäseuduille. Toinen työntekijä työskentelee porarina, ja on hyvin tyytyväinen, että kaivoksissa ei tuule tai tuiskua. Toinen työntekijä taas on insinööri, jonka vaimokin työllistyy kaivoksella. Kolmatta työntekijää kuvaillaan kaivosalan *grand old maniksi*, joka ei eläkkeelle jäätyäänkään malttaisi pysyä pois kaivostöistä. Talouselämä-lehden mukaan kaivos ei naapurinakaan pelota tavallisia ihmisiä paitsi silloin, kun kaivos tunkee takapihalle tai jos kyse on uraanista. Naiset ovat kaivosten työvoimapulan yllättävä pelastus. Northland Resources -kaivosyhtiön henkilöstöpäällikkö Harry Rantakyrö on sitä mieltä, että naiset ovat jopa tuottavampia työntekijöitä kuin miehet, sillä he ovat rauhallisempia. Pariskuntien saaminen kaivoksille töihin olisikin ihanteellista, sillä se luo pysyvyyttä työvoimaan. Lappiin kaivataan töihin paluumuuttajia, joista yksi on Paakkola Conveyorsin työllistynyt naispuolinen tuotantotalouden insinööri Heta-Jemina Martimo.

Kansan ääniksi voitaneen aineistossa sisällyttää myös yleisönosastokirjoitukset Tebatti-osastolla, vaikka hekin ovat korkeasti koulutettuja ja vetoavat asiantuntijuuteensa. Kauppateiden tohtori Paavo Lintulan mielestä Talouselämä-lehti ja varsinkin päätoimittaja puolustavat Talvivaaraa liikaa. Lintula tuntee paikallisen ympäristön ja kansantalouden paremmin kuin päätoimittaja. Valtiotieteen maisteri Paavo S. Vepsä epäilee, että Talvivaaralla ei ole lainkaan taloudellisia tai teknisiä mahdollisuuksia selvitä urakasta. Hän vaatii myös asiantuntijan selvitystä ympäristöongelmista ja niiden kustannuksista. Paavo Lintulan toisessa kirjoituksessa hän vertaa Talvivaaran toimintaa helvetin logiikkaan. Kaivos on kompuroinut ongelmasta toiseen, ja Lintula vaatiikin, että valtio ottaa suuremman roolin ongelmien selvittämisessä ja ratkaisemisessa.

Tavallisia ihmisiä käytetään tukemaan haluttua sanomaa muutamissa artikkeleihin liitetyissä valokuvissa. Esimerkiksi naistyöntekijän kuva on liitetty työntekijäpula-aiheeseen. Nainenkin kelpaisi työntekijäksi kaivokselle. Toisessa artikkelissa on käytetty kuvaa kauppiaspariskunnasta, joka olisi halunnut jäädä eläkkeelle, mutteivät ole kyenneet, sillä he eivät ole löytäneet yritykselleen jatkajaa. Kyse on siis kaivosten ja



kaivosalueiden työvoimapulasta. Työvoimapula uutisoidaan, mutta sitten kun Talvivaaralla ja kaivosalalla yleisemmin alkaa mennä huonosti, työvoimaa ei enää kommentoida. Piensijoittajien osakkeenostohuumaa ja työvoimapulaa lukuun ottamatta tavallisia ihmisiä artikkeleissa näkyy ja kuuluu hyvin vähän.

Kahden ministerin, Niinistön ja Hautalan, lisäksi aineistossa esiintyy sangen vähän kriittisiä ääniä. Talouselämä-lehdessä esimerkiksi ympäristöongelmat tuodaan esiin varsin hillitysti, ja niihin esitetään myös Talvivaaran kanta ja ratkaisuehdotuksia. Ongelmilla ei mässäillä, kuten iltapäivälehdissä, mutta tämä ei olekaan aikakauslehtien tehtävä. Talouselämä-lehdessä kukaan ei vaadi kaivoksen sulkemista eikä ympäristöongelmista revitä näyttäviä otsikoita. Analyttikot ja muut sijoittamisen asiantuntijat eivät suosittele sijoituksia Talvivaaraan tai kaivoksiin yleensä. He esiintyvät pääosin epäileväisinä. Kritiikkiä esittävät myös Tebatti-palstalle kirjoittavat kaksi henkilöä. Kritiikki on siis suhteellisen vähäistä, mutta sitä kuitenkin esiintyy. Ei voida väittää, että diskurssi olisi täysin yksiäänistä tai että Talvivaaraa puolustettaisiin ehdoitta.

## **5.5. Yhteenveto ja jatkotutkimukset**

Talvivaaran tarina etenee Talouselämä-lehdessä suurten odotusten varassa, joita ylläpidetään ja legitimoidaan retorisisilla keinoilla. Tarinan juoni ei noudattele perinteistä alku, keskikohta ja loppu -jaottelua. Tarinasta löytyy alku ja keskikohta, muttei loppua. Vakaasta tilanteesta edetään kohti orastavia ongelmia. Faircloughin (1997: 62) mukaan tiedotusvälineet ovat osa ”kapitalistista eetosta”, joka ajaa omistajiensa taloudellisia ja ideologisia pyrkimyksiä. Tiedotusvälineitä tutkittaessa tulisikin ottaa huomioon diskurssien moninaiset ja usein ristiriitaiset prosessit, joihin myös ideologiset prosessit kuuluvat (Fairclough 1997: 67). Boje ym. (2004: 753) taas kutsuvat kapitalismia aikamme suurimmaksi spektaakkeliiksi, jota on vaikea kyseenalaistaa, koska olemassa olomme perustuu siihen. Talouselämä-lehteä markkinoidaan johtajien lehtenä, joten todennäköisesti johtajien ääni ja heitä kiinnostavat aiheet pääsevät esille. Tätä ei edes yritetä peittää, vaan se kerrotaan avoimesti. Faircloughin (1997: 62) mainitsema

kapitalistinen eetos on tietoisesti läsnä. Talvivaarasta rakennetaan eräänlaista speaktaakkelia (Boje ym. 2004: 753), joka ei kuitenkaan käytännössä toteudu.

Mediatekstien kautta ihmiset tulkitsevat tapahtumia kollektiivisesti (Vaara ja Tienari 2002, Hartz ja Steger 2010: 778). Organisaatioiden ja johtamisen narratiivit voivat myös muuttua tiedotusvälineissä. (Hartz ja Steger 2010: 768). Hartzin ja Stegerin (2010: 779) tutkimuksessa nousujohteinen narratiivi saksalaisesta hyvästä hallintotavasta vaihtuu kriittisten äänien kautta laskevaksi narratiiviksi. Narratiivi voi siis muuttua, kuten Talvivaaran narratiivi muuttuu *Talouselämä*-lehdessä. Positiiviset näkymät joudutaan korvaamaan realistisemmilla tai negatiivisemmilla näkymillä. Tarinoiden entisistä sankareista tulee ääritapauksissa jopa roistoja. Esimerkiksi Talvivaaran toimitusjohtaja Pekka Perä on tarinan alussa vaatimaton sankari, joka muuttuu aineiston lopussa vaatimattomaksi sotkujen selvittäjäksi.

Retoriset keinot ovat tehokkaita välineitä, joiden avulla ikäviäkin asioita voidaan legitimoida vastaanottavalle yleisölle. Erityisesti lehdistön rooli korostuu, kun yritysten toimintaa legitimoidaan julkisuudessa. Lehdistö on organisaation ja yleisön välissä operoiva tiedonantaja. (Lamertz ja Baum 1998: 94–96.) *Talouselämä*-lehdessä yleisimmin käytettyjä retorisia keinoja ovat metaforat, määrällistäminen, ääri-ilmaisut sekä asiantuntijuudella ja tosiasioilla vahvistaminen. Määrällistäminen voitaisiin myös lukea tosiasioihin, sillä numeroita on vaikea kiistää ja niitä vastaan on hankala väitellä (Jokinen 1999: 133–155). *Talouselämä*-lehti muodostaa varsinkin ääri-ilmausten ja positiivisten metaforien kautta Talvivaara-kaivoksesta positiivisia tulevaisuuden mielikuvia. Myös määrällistäminen sekä asiantuntijat ja tosiasiat tukevat positiivisia näkemyksiä. Toki aineistossa käsitellään myös negatiivisia asioita, kuten ympäristöongelmia ja osakkeen ja nikkelin hintojen laskua, joten täysin kritiikittömäksi *Talouselämä*-lehden suhtautumista ei voi väittää.

Vaikka tulevaisuuden tapahtumat ovat käytännössä epävarmoja ja riippuvat monista eri tekijöistä, toimittaja voi esittää ne toteamuksina ja kategorisina väitteinä. Toteamuksiin ei liity ehdollisuutta, vaan ne esitetään ikään kuin totena. (Fairclough 1997: 12–13.) *Talouselämä*-lehteä markkinoidaan lehden internet-sivuilla siten, että se kertoo myös, mitä tulevaisuudessa tapahtuu (Talentum 2014). Talvivaara-kaivoksen kohdalla ennustukset eivät vain näytä kovin paikkansapitäviltä. *Talouselämä*-lehden

suhtautuminen Talvivaara-kaivokseen näkyy selkeästi kronologisesti. Vuoteen 2011 asti kaivosteollisuus on vielä loistava mahdollisuus. Vaikka ensimmäiset ongelmat ilmaantuvat artikkeleihin jo vuonna 2009, sen ei anneta häiritä toiveikkaita tulevaisuudenvisioiden rakentelu tapahtuu pääasiassa toimittajien ja Pekka Perän suulla. Varsinkin päätoimittaja tuo selkeästi esiin tukensa kaivosteollisuutta kohtaan.

Median avulla tiettyjä organisaatioihin liittyviä asioita, esimerkiksi johtajuutta, voidaan joko legitimoida ja edistää tai niitä voidaan kyseenalaistaa (Lamertz ja Baum 1998: 95). Tässä pro gradu -tutkielmassa tehdään näkyväksi yhden tiedotusvälineen sosiaalisesti rakentama narratiivi, ja miten siinä käytetyillä tehokeinoilla pyritään vaikuttamaan lukijoihin. Koska yritysten asioita käsitellään nykyään laajasti julkisuudessa, luotujen konstruktioiden syvä ymmärrys auttaa yrityksiä ja yritysviestinnästä vastaavia henkilöitä ymmärtämään niitä paremmin. Näin yritykset ja yritysviestijät voivat pyrkiä tehokkaammin vaikuttamaan niihin mielikuviiin, joita yrityksestä syntyy julkisessa keskustelussa. Tutkimusongelmaa tarkastellaan tässä pro gradu -työssä organisaation ulkopuolelta. Tutkimuksessa ei tehdä antropologista tutkimusta organisaation sisällä tai käytetä organisaation itsensä tuottamia tekstejä. Tutkimusmetodina käytettävää teoreettista viitekehystä voidaan hyödyntää samakaltaisten, melko suppeiden aineistojen syvässä tarkastelussa.

Kiinnostava jatkotutkimus olisi tutkia samalta aikaväliltä muita lehtiä, esimerkiksi Helsingin Sanomia tai Tekniikka & Talous -lehtiä. Millaisia retorisia keinoja näissä lehdissä on käytetty? Onko näkemys yhtä positiivinen kuin Talouselämä-lehdessä? Laajemman aineiston käyttö mahdollistaisi myös muunlaisten metodien käyttämistä. Esimerkiksi kriittisen diskurssianalyysin avulla voitaisiin etsiä erilaisia legitimaatiostrategioita (Vaara ym. 2006). Pirstaleista aineistoa voitaisiin tulkita myös Bojen (2001: 3-4) antenarratiivin avulla. Koska pelkkä rakenteellinen analyysi ei välttämättä tarjoa tulkinnalle paljon uutta, voidaan rakennetta analysoida eri keinoin. Rakenteellinen narratologia pakottaa tarinan tiukkaan viitekehukseen. Tarinassa pitää olla alku, keskikohta ja loppu. Tarinassa täytyy olla opetus ja yhteisesti hyväksytyt juoni. Todellisuus ei kuitenkaan välttämättä etene näin loogisesti, joten antenarratiivin

avulla voidaan tulkita arvailuja ja järkeistämistä, joita tapahtuu todellisissa tilanteissa. (Boje 2001: 3–4.)

*Ante* on latinaa ja merkitsee vedonlyöntiä tai veikkausta (Boje 2001: 3–4, Boje 2011: 1). Narratiivi vaatii siis juonta ja koherenssia eli yhtenäisyyttä. Bojen (2001: 1) esinarratiivi puolestaan on pirstaleinen, epälineaarinen, epäyhtenäinen, juoneton; se on narratiivia edeltävä spekulatio tai arvaus. Varsinkin organisaatioihin liittyvissä tarinoissa ei välttämättä ole selkeää juonta eivätkä tapahtumat etene rationaalisesti. Bojen (2001: 2) mukaan organisaatioiden tarinoita muokataan joskus liian innokkaasti loogisiksi ja yhtenäisiksi narratiiveiksi, joilla on selkeä rakenne. (Boje 2001: 1–2.) Talvivaaran tarinan rakenne ei tässäkään tutkimuksessa etene täysin lineaarisesti vaan jää ikään kuin junnaamaan paikoilleen, joten antenarratiivista voisi olla hyötyä tulkinnassa. Antenarratiivin avulla voidaan myös tehdä ymmärrettäväksi sellaista, mikä organisaatioissa voi muuten olla vaikeaa, esimerkiksi yhteistyö kahden kilpailijan välillä. Järkeistäminen tapahtuu epälineaarisesti ja koostuu pienistä palasista, joita kootaan matkan varrelta. Strategiset muutokset voivat lähteä organisaation sisältä tai sen ulkopuolelta. Organisaatiot ovat jatkuvassa kanssakäymisessä ympäristönsä kanssa, mikä johtaa oppimiseen ja ymmärtämiseen ympäristöstä saadun palautteen avulla. (Seloti Jr. ja Alves 2011: 176–178.)

## LÄHTEET

- Aho, Samuli ja Jari Kaivo-Oja (2014). *Yrityksen elinkaariteoria ja Foresight 2.0. Elinkaariteorian validius suomalaisissa pörssiyrityksissä v. 2004–2012*. URL: [https://www.utu.fi/fi/yksikot/ffrc/julkaisut/e-tutu/Documents/eTutu\\_1-2014.pdf](https://www.utu.fi/fi/yksikot/ffrc/julkaisut/e-tutu/Documents/eTutu_1-2014.pdf)  
Luettu 28.8.2014.
- Alvarez, Jose M. ja Carmelo Mazza (2000). *The Consumption of Management Publications*. URL: [www.iese.edu/research/pdfs/DI-0420-E.pdf](http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0420-E.pdf) Luettu 25.10.2014.
- Bal, Mieke (2009). *Narratology. Introduction to the Theory of Narrative*. 3. painos. Toronto: University of Toronto Press.
- Berger, Peter L. ja Thomas Luckmann (1994). *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen*. Helsinki: Gummerus.
- Boje, David M. (1995). Stories of the Storytelling Organization: A Postmodern Analysis of Disney as Tamara-Land. *Academy of Management Journal* 38:4, s. 997–1035.
- Boje, David M. (2001). *Narrative Methods for Organizational & Communication Research*. Lontoo: Sage Publications.
- Boje, David M. (2006). Pitfalls in Storytelling Advice and Praxis. *Academy of Management Review* 31:1, s. 218–230.
- Boje, David M. (2011). Introduction to Agential Antenarratives That Shape the Future of Organizations. Teoksessa *Storytelling and the Future of Organizations*. Toim. Boje David M. New York: Routledge, s. 1–19.
- Boje, David M. ja Grace Ann Rosile (2003). Life Imitates Art. Enron's Epic and Tragic Narration. *Management Communication Quarterly* 18:1, s. 85–125.
- Boje, David M., Grace Ann Rosile, Rita A. Durant ja John T. Luhman (2004). Enron Spectacles: A Critical Dramaturgical Analysis. *Organization Studies* 25:5, s. 751–774.

- Borglund, Tommy ja Martin Ahlquist (2005). *Handbok i ekonomijournalistik*.  
Uddevalla: Norstedts Akademiska Förlag.
- Buchanan, David ja Patrick Dawson (2007). Discourse and Audience: Organizational Change as Multi-Story Process. *Journal of Management Studies* 44:5, s. 669–686.
- Cunliffe, Ann ja Chris Coupland (2011). From Hero to Villain to Hero: Making Experience Sensible through Embodied Narrative Sensemaking. *Human Relations* 65:1, s. 63–88.
- Czarniawska, Barbara (1999). *Writing Management. Organization Theory as a Literary Genre*. Oxford: Oxford University Press.
- Czarniawska, Barbara (2004). *Narratives in Social Science Research*. London: Sage.
- Downing, Stephen (2005). The Social Construction of Entrepreneurship: Narrative and Dramatic Processes in the Coproduction of Organizations and Identities. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29: 2, s. 185–204.
- Drakopoulou Dodd, Sarah (2002). Metaphors and Meaning. A Grounded Cultural Model of US Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* 17:5, s. 519–535.
- Fairclough, Norman (1995). *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. London: Longman Group.
- Fairclough, Norman (1997). *Miten media puhuu*. Tampere: Vastapaino.
- Feldman, Martha S., Kaj Sköldbberg, Ruth Nicole Brown ja Debra Horner (2004). Making Sense of Stories: A Rhetorical Approach to Narrative Analysis. *Journal of Public Administration Research and Theory* 14:2, s. 147–170.
- Greimas, A. J. (1980). *Strukturaalista semantiikkaa*. Tampere: Tammer-Paino.
- Hartz, Ronald ja Thomas Steger (2010). Heroes, Villains and 'Honourable Merchants': Narrative Change in the German Media Discourse on Corporate Governance. *Organization* 17: 6, s. 767–785.

- Hayward, Mathew L. A., Violina P. Rindova ja Timothy G Pollock (2004). Believing One's Own Press: The Causes and Consequences of CEO Celebrity. *Strategic Management Journal*, 25: 7, s. 637–653.
- Heikkinen, Hannu L. T. (2007). Narratiivinen tutkimus – todellisuus kertomuksena. Teoksessa *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. Toim. Aaltola, Juhani ja Raine Valli. Juva: PS-kustannus. s. 142–158.
- Hemánus, Pertti (1990). *Journalistiikan perusteet. Johdatus tiedotusoppiin 2*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, Sirkka, Pirkko Remes ja Paula Sajavaara (2000). *Tutki ja kirjoita*. 6. painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Hänninen, Vilma (1999). *Sisäinen tarina, elämä ja muutos*. Tampere: Tampereen yliopisto. URL: <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/67873/951-44-5597-5.pdf?sequence=1> Luettu 14.3.2015.
- Karjalainen, Kari ja Tommi Auvinen (2012). *Narratiivisuus ja liiketaloustieteet. Näkökulmia yrittäjyyteen*. URL: <https://www.jyu.fi/jsbe/tutkimus/julkaisut/workingpaper/wp373> Luettu 3.9.2014
- Kiviranta, Varpu (2014). *Talvivaara Sotkamo hakeutuu konkurssiin*. URL: [http://yle.fi/uutiset/talvivaara\\_sotkamo\\_hakeutuu\\_konkurssiin/7604031](http://yle.fi/uutiset/talvivaara_sotkamo_hakeutuu_konkurssiin/7604031) Luettu 15.11.2014.
- Kress, Gunther ja van Leeuwen, Theo (2001). *Multimodal Discourse. The modes and media of contemporary communication*. London: Arnold.
- Kukko-Liedes, Pirkko (2014). *Paakkola Conveyors konkurssiin*. URL: [http://yle.fi/uutiset/paakkola\\_conveyors\\_konkurssiin/7181313](http://yle.fi/uutiset/paakkola_conveyors_konkurssiin/7181313) Luettu 30.11.2014.
- Kuusisto, Päivi ja Esa Sirkkunen (1999). *Journalismi uuden kynnyksellä*. Tampere: Tampereen yliopistopaino.

- Labov, William (1972). *Language in the Inner City. Studies in the Black English Vernacular*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Lamertz, Kai ja Joel A. C. Baum (1998). The Legitimacy of Organizational Downsizing in Canada: An Analysis of Explanatory Media Accounts. *Canadian Journal of Administrative Sciences* 15: 1, s. 93–107.
- Liimatainen, Karoliina (2014). *Talvivaara: Yrityssaneeraus etenee*. Kauppalehti. URL: <http://www.kauppalehti.fi/etusivu/talvivaara+yrityssaneeraus+etenee/2014046712>  
72 Luettu 17.7.2014.
- Luoto, Seppo (2010). *The Reflective Structuration of Entrepreneurship. As Contextualized to the Finnish University and Polytechnic Students' Narratives*. Vaasa: Vaasan yliopisto. URL: [http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn\\_978-952-476-326-4.pdf](http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-326-4.pdf) Luettu 14.3.2015.
- McCloskey, Donald (1986). *The Rhetoric of Economics*. Brighton: Harvester.
- McGrath, Rita Gunther (1999). Falling Forward: Real Options Reasoning and Entrepreneurial Failure. *The Academy of Management Review* 24:1, s. 13–30.
- Pentland, Brian T. (1999). Building Process Theory with Narrative: From Description to Explanation. *Academy of Management Review* 24:4, s. 711–724.
- Pietikäinen, Sari ja Mäntynen, Anne (2009). *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Polkinghorne, David E. (1995). Narrative Configuration in Qualitative Analysis. *International Journal of Qualitative Studies in Education* 8:1, s. 5–23.
- Porter, Michael E. (1985). *Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: McMillan
- Propp, Vladimir (1998). *Morphology of the Folktale*. 14. painos. Austin: University of Texas Press.
- Puustinen, Johanna (2010). *Reijo Ruokanen Talouselämän päätoimittajaksi*. Talouselämä. URL:



<http://www.talouselama.fi/uutiset/reijo+ruokanen+talouselaman+paatoimittajaksi/a2071450> Luettu 10.4.2014.

- Rhodes, Carl ja Andrew D. Brown (2005). Narrative, Organizations and Research. *International Journal of Management Reviews* 7:3, s. 167–188.
- Riessman, Katherine Kohler (1993). *Narrative Analysis*. Newbury Park: Sage.
- Riessman, Catherine Kohler (2008). *Narrative Methods for the Human Sciences*. Los Angeles: Sage.
- Robichaud, Daniel (2003). Narrative Institutions We Organize by: The Case of Municipal Administration. Teoksessa *Narratives We Organize by*. Toim. Czarniawska, Barbara ja Pasquale Gagliardi. Amsterdam: John Benjamins, s. 37–53.
- Seloti Jr., Sergio Luis ja Mário Aquino Alves (2011). Antenarratives, Strategic Alliances and Sensemaking. Engagement and Divorce without Marriage Between Two Brazilian Air Carrier Firms. Teoksessa *Storytelling and the Future of Organizations*. Toim. Boje, David M. New York: Routledge, s. 176–187.
- Shepherd, Dean A. (2003). Learning from Business Failure: Propositions of Grief Recovery for the Self-Employed. *Academy of Management Review*, 29: 2, s. 318–328.
- Shepherd, Dean A., Evan J. Douglas ja Mark Shanley (2000). New Venture Survival: Ignorance, External Shocks, and Risk Reduction Strategies. *Journal of Business Venturing*, 15:5–6, s. 393–410.
- Shepherd, Craig ja Rose Challenger (2013). Revisiting Paradigm(s) in Management Research: A Rhetorical Analysis of the Paradigm Wars. *International Journal of Management Reviews* 15:2, s. 225–244.
- Snowden, Nicholas (2011). Connecting Antenarrative and Narrative to Solving Organizational Problems. Teoksessa *Storytelling and the Future of Organizations*. Toim. Boje, David M. New York: Routledge, s. 268–283.

- Sorjanen, Tuija-Riitta (2014). Outokummun hylkäämät. *Tekniikka & Talous*, 2014:25, s. 18–20.
- Suddaby, Roy ja Royston Greenwood (2005). Rhetorical Strategies of Legitimacy. *Administrative Science Quarterly* 50: 2, s. 35–67.
- Suoninen, Eero (1999). Näkökulma sosiaalisen todellisuuden rakentumiseen. Teoksessa *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Toim. Jokinen, Arja; Kirsi Juhila ja Eero Suoninen. Tampere: Vastapaino, s. 17–36.
- Söderberg, Anne-Marie (2003). Sensegiving and Sensemaking in an Integration Process. A Narrative Approach to the Study of an International Acquisition. Teoksessa *Narratives We Organize by*. Toim. Czarniawska, Barbara ja Pasquale Gagliardi. Amsterdam: John Benjamins, s. 3–35.
- Talentum Oy (2014). *Talouden elämää ja elämän taloutta*. URL: <http://mediamyyni.talentum.fi/fi/magazines/article605414.ece> Luettu 10.4.2014.
- Talvivaara (2014). URL: [www.talvivaara.com](http://www.talvivaara.com) Luettu 11.4.2014.
- Todorov, Tzvetan (1975). *The Fantastic. A Structural Approach to a Literary Genre*. New York: Cornell University Press.
- Töyry, Maija (2009). Lukijalähtöisyys aikakauslehtijournalismissa. Teoksessa *Journalismi murroksessa*. Toim. Väliverronen, Esa. Helsinki: Gaudeamus. s. 129–149.
- Vaara Eero ja Janne Tienari (2002). Justification, Legitimization, and Naturalization of Mergers and Acquisitions: A Critical Discourse Analysis of Media Texts. *Organization* 9: 2, s. 275–304.
- Vaara, Eero; Janne Tienari ja Juha Laurila (2006). Pulp and Paper Fiction: On the Discursive Legitimation of Global Industrial Restructuring. *Organizational Studies* 27: 6, s. 789–809.
- van Dijk, Teun (1991). *Racism and the Press. Critical Studies in Racism and Migration*. London: Routledge.

Weick, Karl E. (1995). *Sensemaking in Organizations*. Thousand Oaks: Sage.

Weick, Karl E. (2009). *Making Sense of the Organization. The Impermanent Organization*. Chichester: John Wiley and Sons Ltd.