



Vaasan yliopisto  
UNIVERSITY OF VAASA

OSUVA Open  
Science

This is a self-archived – parallel published version of this article in the publication archive of the University of Vaasa. It might differ from the original.

## Raskassarjalaisesta pimeisiin voimiin – Metaforat inhimillisen toimijan arvottamisen välineinä taloussanomalehtien pääkirjoituksissa

**Author(s):** Katajamäki, Heli

**Title:** Raskassarjalaisesta pimeisiin voimiin – Metaforat inhimillisen toimijan arvottamisen välineinä taloussanomalehtien pääkirjoituksissa

**Year:** 2016

**Version:** Published version

**Copyright** © 2016 VAKKI ry and the authors

### **Please cite the original version:**

Katajamäki, H. (2016). Raskassarjalaisesta pimeisiin voimiin – Metaforat inhimillisen toimijan arvottamisen välineinä taloussanomalehtien pääkirjoituksissa. In: Hirvonen, P., Rellstab, D. & Siponkoski, N. (eds.) *Teksti ja tekstuaalisuus, Text och textualitet, Text and Textuality, Text und Textualität : VAKKI-symposiumi XXXVI 11.–12.2.2016*, 238-250. VAKKI publications 7. Vaasa: VAKKI ry.  
[http://www.vakki.net/publications/2016/VAKKI2016\\_Katajamaki.pdf](http://www.vakki.net/publications/2016/VAKKI2016_Katajamaki.pdf)

## Raskassarjalaisesta pimeisiin voimiin – Metaforat inhimillisen toimijan arvottamisen välineinä taloussanomalehtien pääkirjoituksissa

*Heli Katajamäki  
Filosofinen tiedekunta  
Vaasan yliopisto*

*Metaphors can be used to express attitude in texts. This article focuses on attitudinal meanings constructed through metaphors in editorials of two Finnish business newspapers, Kauppalehti and Taloussanomat. Drawing on Martin and White's Appraisal theory, the meanings invoked by metaphors seen especially as provocations of Judgement, were analyzed. In the analysis, the expressions of judgement were grouped into three meaning categories: 'capacity', 'tenacity' and 'propriety'. All categories targeted mainly institutional economic and political actors, like companies and states, but also groups of people (government) and individuals (Tsipras). Political actors as targets were unique in that they referred to human beings (politicians) rather than institutions.*

**Avainsanat:** inhimillisen toimijan arvottaminen, metafora, pääkirjoitus, suhtautumisen teoria, taloussanomalehti

### 1 Johdanto

Metaforat tarjoavat keinoja elävöittää tekstiä, korostaa sanottua ja kuvata asiaa ymmärrettävämmin. Metaforilla tuotetaan myös merkityksiä, joista ainakin osa on arvottavia, jolloin ne heijastavat kirjoittajansa positiivista tai negatiivista asennetta sanottuun. Tässä tutkimuksessa tarkastelen taloussanomalehtien pääkirjoitusten metaforia arvottavuuden näkökulmasta.

Mielipideteksteinä taloussanomalehtien pääkirjoitukset nähdään subjektiivisiksi teksteiksi, joilla ilmaistaan lehden kanta johonkin asiaan (Katajamäki 2005: 11; ks. myös Heikkinen 1999: 18). Kantaa ottavalla tekstillä tarkoitetaan usein tekstiä, jossa esitetään väite jonkin asian puolesta tai jotain asiaa vastaan ja jossa käsitellään ajankohtaista, usein poliittista päätöstä. Asioiden puolustamisen tai vastustamisen asemesta taloussanomalehtien pääkirjoituksissa asioita kuvataan usein taloudellisina muutoksina. Tällaisia pääkirjoituksia voi luonnehtia Iedeman, Feezin ja Whiten (1994: 78) termein selittäviksi teksteiksi (*media expositions*), joissa asiat esitetään toteavasti. Vaikka muutos kuvataan toteavasti ja uutismaisesti, samalla kyseessä on väite siitä, että meneillään on ollut, on tai tulee olemaan kehityskulku (ks. Katajamäki 2008). Taloussanomalehtien pääkirjoituksia, jotka sisältävät tällaisen pääväitteen, kutsun tutkimuksessani **kehitysteksteiksi**. Olipa teksteissä esitetty pääväite millainen tahansa, subjektiivisuus rakentuu tekstiin myös kielellisin keinoin. Tässä artikkelissa tarkastelen Martinin ja Whiten

(2005) suhtautumisen teoriaa soveltaen, miten taloussanomalehtien pääkirjoituksissa subjektiivisuus ilmenee metaforista, jotka tuottavat arvottavia merkityksiä. Arvottaminen voi kohdistua esimerkiksi ihmisiin tai laajemmin inhimillisiin toimijoihin. Inhimillistä toimijaa arvotettaessa kohteena on joko eksplisiittisesti tai implisiittisesti inhimillinen, tiedostava toimija (*conscious participants*), kuten *nainen, opettaja, perhe, joukkue, seurakunta, hallitus* tai *yritys* (Martin & White 2005: 59). Inhimilliseen toimijaan kohdistuvia arvotuksia kutsun **inhimillisen toimijan arvottamiseksi**<sup>1</sup> (en. *judgement*). Kuvaan, millaisia metaforilla tuotetut inhimilliseen toimijaan kohdistuvat arvottavat merkitykset ovat, millaisiin toimijoihin ne kohdistuvat ja mikä on metaforien lähdealue<sup>2</sup>.

## 2 Sanastollinen metafora

Lähestyn tutkimuksessa metaforia suhtautumisen teoriaa soveltaen tekstissä merkityksensä saavina kielellisinä ilmauksina, **sanastollisina metaforina**. Sanastolliset metaforat ovat Martinia ja Rosea (2003: 103) mukaillen sanastollisia yksiköitä (*lexical item*), joilla tekstissä tuotetaan eri merkityksiä kuin jossain muussa tilanteessa ja jotka ovat korvattavissa suuremmilla ilmauksilla. Hallidayn (1994: 342) termin tekstissä rakentuvan merkityksen näkökulmasta sanastollinen metafora tarkoittaa metaforisen ilmauksen käyttämistä suuremman eli kongruenttimman ilmauksen asemesta, ja sanastollisella metaforalla merkitys ilmaistaan inkongruenttisesti eli epäsuorasti. Koska metaforassa on kyse ei-kongruenttista eli epäsuorasta kielenkäytöstä, metaforan tunnistamisen jälkeen se voidaan korvata suuremmalla ilmauksella (Halliday 1994: 350). Metaforisuuden ja ei-metaforisuuden raja on aina häilyvä, ja ilmaisun kongruenttisuuden tulkintaan vaikuttaa, miten tulkitsija tuntee kontekstiin vakiintuneet ilmaisutavat. Halliday (1994: 342–349) ja Heikkinen (1999: 134) toteavat, että kielen metaforisoituminen on kielen kehitykselle ominaista, ja kieli myös demetaforisoituu, jolloin metaforisesta kielenkäytöstä tulee kongruenttia kielenkäyttöä. Esimerkiksi politiikasta rakentuu etäinen maailma, kun sitä jatkuvasti kuvataan näytelmänä, sotana ja pelinä, jollaisena sitä aletaan myös pitää. Kun tuoreet metaforat vakiintuvat ajan myötä ja lopulta kuolevat, niillä tuotettujen merkitysten alkuperäistä metaforista luonnetta ei enää tunnisteta (Nöth 1990: 130–131; Stålhammar 1997: 14). Metaforien vakiintumisen takia osittain kuolleet ja kuolleet ovat erikoiskielissä tavallisempia kuin tuoreet metaforat (Richardt 2005: 11–12). Mutta vaikka hyvin vakiintuneet metaforat olisivat jo pikemminkin kongruentteja, ne silti rakentavat merkityksiä, joita tulkittaessa voidaan pohtia metaforisoitumisen syitä (Halliday 1994: 342–349; Heikkinen 1999: 134). Sanastollisia metaforia analysoidessani olen kiinnostunut nimenomaan niistä yhtenä tapana tuottaa teksteihin arvottavia merkityksiä,

<sup>1</sup> Olen päättänyt käyttämään inhimillisen toimijan arvottamisen termiä, jotta nimitys olisi kattava ja soveltuisi erilaisiin aineistoihin, kuten talouskieleen. Aiemmin termi on käännetty mm. inhimillisen toiminnan arvottamiseksi (Mikkonen 2010).

<sup>2</sup> Tekstin metaforien lähdealueen käsitteellä viitataan aihepiiriin, jonka ”termejä metaforassa käytetään” (Heikkinen 1999: 134 viitaten mm. Lakoffiin ja Johnsoniin 1980: 5).

joten en lähtökohtaisesti rajaa tarkastelua vain tuoreisiin metaforiin, vaan huomioin myös kuolleet metaforat ja muut kielikuvat, kuten idiomit<sup>3</sup> ja metonymiat<sup>4</sup>.

Vaikka tarkastelen metaforia kielellisinä ilmauksina, kielenkäytön metaforisuuden voi asettaa osaksi laajempaa teoreettista viitekehystä. Kielenkäytön voidaan nähdä perustuvan metaforiseen ajatteluun, abstraktien asioiden käsitteellistämiseen konkreettisempien asioiden avulla, mikä perustuu osittaiseen rakenteelliseen vastaavuuteen kahden asian välillä. Usein käsitejärjestelmämme ovat metaforisia, ja siksi metaforisuus näkyy arkikielessäkin. (Lakoff & Johnson 1980: 4–5; Hellsten 1997: 24.) Useimmiten käsitteet siirtyvät konkreettiselta alalta abstraktimmalle tehden asiasta helpommin ymmärrettävän (Richardt 2005: 9). Taloustieteessä metaforiset ilmaukset ovat vakiintuneet osaksi kielen käyttöä. Taloustieteilijä DeLongin (2002: 63–64) mukaan keskeisimpiä metaforia taloustieteellisten mallien pohjana ovat: 1) käsitys ostovoiman (ja siten taloustoiminnan) virtaamisesta kehämäisesti, 2) käsitys markkinoista sisäisten ja keskittyneiden vaihdantaprosessien kuvaamisessa ikään kuin kaikki työntekijät ja työt kohtaisivat yksittäisillä, pihalla pidettävillä markkinoilla, 3) käsitys tasapainosta eli siitä, miten talousprosessit vaikuttavat talouden tasapainotilaan ja 4) talouskäsitteiden suhteiden kuvaaminen graafeilla ja diagrammeilla yhtälöiden ja aritmetiikan asemesta. Henderson (1994: 355–359; ks. myös 2000) nimittää kielellisten ilmauksien lähtökohtana olevia käsitteellisiä metaforia juurimetaforiksi (*root metaphors*) ja jakaa taloustieteen juurimetaforat mekanistisiin, biologisiin ja huutokaupantekoon. Esimerkiksi rahan virtaamisen metafora pohjautuu ajatukseen veren kiertämisestä ihmisessä. Talouden tasapainon kuvaaminen pohjautuu mekanistiseen tai biologiseen metaforaan: ne on lainattu esimerkiksi vertaamalla tasapainoa hydraulikkaan tai järviin. Siinä missä talusteoria on lähtökohtana juurimetaforien ja niiden kielellistymisen tarkastelussa, kognitiivisen metaforateorian näkökulmasta talouskieli pohjautuu useisiin metaforisiin käsityksiin, joiden lähtökohdat nojaavat ihmisen ruumiillisuuden kokemuksiin (Lakoff & Johnson 1980). Vaikka Alejo (2010: 1138) esittää, että juurimetaforissa on kyse talusteoriaan sidonnaisesta metaforien tarkastelusta, joka poikkeaa kielitieteellistä, yhtymäkohtiakin on: esimerkiksi DeLongin (2002) esittämiä metaforia näyttää olevan mahdollista purkaa Lakoffin ja Johnsonin (1999) kognitiivisiin metaforin, kuten TALOUS ON ORGANISMI (ostovoiman kehämäinen liike, tasapaino) ja TALOUS ON KONE (tasapaino).

### 3 Suhtautumisen teorian lähtökohtia

Suhtautumisen teoriassa tarkastellaan interpersonaaalisia (vuorovaikutuksellisia) merkityksiä keskittyen siihen, millä tavoin kirjoittajan suhtautuminen vastaanottajaan ja sanottuun rakentuu tekstiin. Kirjoittajan suhtautuminen rakentuu teksteihin ilmeisimmin

---

<sup>3</sup> Idiomit koostuvat useista sanoista, eikä idiomien merkitystä voi päätellä idiomien osien merkityksistä (Glucksberg 2001: 68).

<sup>4</sup> Metonymialla tarkoitetaan ilmaisua, joka edustaa toista tarkoitetta, esimerkiksi instituutio esitetään toimijana henkilöiden asemesta (Lakoff & Johnson 1980: 35–40; Kankaanpää 2006: 138).

interpersonaalisisina, mutta myös ideationaalisisina ja tekstuaalisisina merkityksinä. Näiden kolmen diskurssi-semanttisen tason merkityksen tarkastelu kiinnittyy suhtautumisen kannalta keskeisiin tilannekontekstin osiin (valta ja solidaarisuus) ja sanastollis-kie-  
liopilliseen tasoon. Tilannekontekstin osista, diskurssi-semanttisesta ja sanastollis-kie-  
liopillisesta tasosta muodostuu sävyn rekisteri (*tenor*), joka on kooste tiettyihin tilantei-  
siin sopivista merkitysten tuottamistavoista (*patterns of discourse patterns*). (White 1998: 30–31; Painter 2003: 184; Martin & White 2005: 7–35.) Suhtautumisen teoriaan nojautuen tekstejä tarkastellaan kysyen, millaisia merkityksiä missäkin tilanteessa on tyypillistä tai mahdollista tuottaa ja millä tavoin tilannekonteksti tarjoaa selityksiä mer-  
kityksille. Taloussanomalehtien pääkirjoitusten merkitysvalintoja voi suhteuttaa esimer-  
kiksi siihen, että taloussanomalehdeltä odotetaan vallan vahtimista; toisin sanoen lehden  
valta-asema on tunnustettu ja lehdeltä odotetaan poliitikkojen ja tehtyjen ratkaisujen  
arviointia. Toisaalta valta-asema on rajoitettu siten, että oman diskurssiyhteisön solidaa-  
risuus on säilytettävä. (Ks. Katajamäki 2005.)

Niitä kielellisiä keinoja, joilla tekstiin kirjoittautuvan tekijän suhtautuminen teksteissä näkyy, lähestytään suhtautumisen systeemin (*appraisal system*) kautta. Suhtautumisen systeemin osasysteemejä ovat asenteen (*attitude*), sitoutumisen (*engagement*), asteitta-  
misen (*graduation*), neuvottelun (*negotiation*) ja osallisuuden (*involvement*) systeemit. Arvottavien merkitysten tarkastelussa liikutaan erityisesti asenteen, mutta osin myös asteittamisen systeemin alueilla. Kirjoittajan asenne (*attitude*) tulee näkyviin tekstissä, kun hän ilmaisee tunnetta (*affect*), arvottaa jotakin, joko inhimillistä toimijaa (*judge-  
ment*) tai asiaa (*appreciation*). Arvottaminen pohjautuu aina positiivisen ja negatiivisen vastakkainasetteluun, jonka perustana ovat tunteet (*feelings*). Inhimillisen toimijan ja asian arvottaminen ovat tunteiden ”institutionaalistumia”, ja sen sijaan että niillä ilmaistaisiin suoraan kirjoittajan tuntemuksia, ne pohjautuvat yhteisiin yhteisöllisiin ar-  
voihin. (White 1998: 4–108; Painter 2003: 187–194; Martin & White 2005: 35–68.)

Martinin ja Rosen (2003: 24) mukaan inhimillistä toimijaa arvottaessa arvioidaan ih-  
misen luonnetta ja persoonallisuutta. Hieman laajemman määritelmän esittävät Martin ja White (2005: 52): merkitykset kohdistuvat ihmisiin ja siihen, millainen heidän luon-  
teensa ja persoonallisuutensa on ja tapaan, jolla he käyttäytyvät. Inhimillisen toimijan arvottaminen jakaantuu **sosiaaliseen arvonantoon** (*social esteem*) ja **sosiaaliseen hy-  
väksyntään** (*social sanction*). Sosiaalisen arvonnannon merkitysluokkia ovat '**normaa-  
lius**' (*normality*), '**kyvykkyys**' (*capacity*) ja '**määrätietoisuus**' (*tenacity*). 'Normaaliu-  
den' merkityksin ihaillaan tai kritisoidaan ihmistä suhteessa hänen tavallisuuteensa tai erikoisuuteensa. 'Kyvykkyuden' merkityksin ihaillaan tai kritisoidaan ihmistä osaavana, pätevänä tai pystyvänä toimijana. 'Määrätietoisuuden' merkityksin ihaillaan tai kritisoi-  
daan ihmisen sinnikkyyttä ja päämääriin pyrkimisen jämäkkyyttä. Sosiaalisen hyväk-  
synnän merkitykset kuvaavat, miten totuudenmukainen ('**rehellisyys**') tai eettinen joku on ('**sopivuus**'). (Martin & White 2005: 46–52, ks. myös Mikkonen 2010: 72.) Martin ja White (2005: 46, 52) huomauttavat, että merkitykset ovat aina kontekstuaalisia, ja

saman sanan merkitys ja arvottavuus voi vaihtua kontekstin vaihtuessa. Suhtautumisen teorian mallinnusta voikin luonnehtia hypoteesiksi, jonka pohjalta voi kehittää eri aineistojen arvottamisen analyysiä.

Arvottavat merkitykset ovat jaettavissa eksplisiittiseen ja implisiittiseen arvottamiseen. Kyse on jatkumosta, jolloin eksplisiittisin arvottaminen rakennetaan sellaisin kielellisin keinoin, joiden ainoa merkityspiirre on asian arvottaminen positiivisesti tai negatiivisesti, kun taas implisiittisin arvotus omaa monia muitakin kuin arvottavia merkityspiirteitä. Arvottavia merkityksiä rakentavat sanastolliset metaforat nähdään implisiittisten arvottavien merkitysten alaluokaksi, **vihjaaviksi merkityksiksi** (*provoked meanings*). Vihjaavin merkityksin arvottavuus rakennetaan sanayhdistelmin (ideationaalisesti), mutta ilmauksessa on jotain kielellistä ainesta, joka saattaa toimia arvottavasti. (White 1998: 105–106; Martin & White 2005: 45–68.)

#### 4 Aineisto ja menetelmä

Tutkimuksen aineistona on 32 pääkirjoitusta kahdesta suomalaisesta taloussanomalehdestä, Kauppalehdestä (KL) ja Taloussanomista (TS), jotka ovat julkaistu johtavina pääkirjoituksina ja jotka olen tulkinnut kehitysteksteiksi. Aineisto koostuu vuosien 2001, 2005 ja 2015 syyskuun pääkirjoituksista. Koska Taloussanommat siirtyi verkkolehdeksi vuonna 2008 alussa eikä sen jälkeen ole julkaissut pääkirjoituksia (Raeste 2008; Thurman & Myllylahti 2009), vuoden 2015 aineisto sisältää vain Kauppalehden pääkirjoituksia (12 kpl). Aineiston pääkirjoitusten aiheet vaihtelevat taloudellisista poliittisiin aiheisiin, mutta vaikka aihe olisi poliittinen, sitä tarkastellaan taloudellisesta näkökulmasta kehityskulkuna.

Metaforien analyysi on luennan analyysia (ks. Martin & White 2005: 163–164), jolloin analyysissä korostuu tutkijalukijan tulkinta-aseman merkitys: se, tulkitaanko ilmaus arvottavaksi, riippuu lukijan sosiaalisesta, kulttuurisesta ja ideologisesta tulkinta-asemasta (White 1998: 35–36). Merkityksiä tarkastellaan suhtautumisen teoriassa diskurssi-semanttisina, ja myös tässä tutkimuksessa metaforin tuotettujen arvottavien merkityksen tulkinta perustuu kokonaisuun teksteihin, ei pelkkään lausetasoon, mutta silti myös sanastollis-kieliopillisella tasolla on merkittävä rooli analyysissä (ks. Martin & White 2005: 9–11). Analyysissä olen edennyt siten, että aluksi olen tunnistanut aineiston metaforiset ilmaukset. Ilmaus on tulkittu metaforaksi, mikäli ilmaus on merkitykseltään ei-kirjaimellisesti tulkittava ja sillä on eri merkitys jossain toisessa kontekstissa. Tämän jälkeen olen edennyt ilmauksen arvottavuuden tulkintaan ja selittämiseen. Suhtautumisen teoriaan nojaavassa analyysissä oleellista on tulkita, mihin arvottava ilmaus kohdistuu ja millaisia merkityksiä sillä tuotetaan. Kohteiden luokittelu on toteutettu mikrotasoisesti, jolloin kohteeksi on tulkittu lähin mahdollinen kohde (ks. Hood 2004: 104). Merkitysten analysointi on lähtökohtaisesti aineistolähtöistä. Vaikka inhimillisen toimijan arvottamisen perustana on melko yleinen käsitys siitä, millainen ihmisen toi-

mintu on arvostettua ja hyväksyttyä, jokaisessa tekstissä arvottavat merkitykset saavat erilaisia ilmenemismuotoja ja toisaalta voivat pohjautua asioiden arvottamisen tavoin eri uskomuksiin eri konteksteissa. Esimerkiksi talousjournalistisessa diskurssissa asioiden arvottaminen pohjautuu uskomuksiin taloudellisesta hyvinvoinnista esteettisyyden asemasta (ks. Katajamäki 2013; vrt. White 1998: 36).

Arvottamisen kohde voidaan ilmaista lauseen sisällä (*tasapainoinen talous*), muualla tekstissä tai täysin implisiittisesti. Merkityksen luokittelu inhimillisen toimijan ja asian arvottamiseksi perustuu tulkittuun arvottamisen kohteeseen, sen sijaan tunteita ilmaistessa kohteena voi olla sekä ihminen että asia. (Martin & White 2005: 41–68). Vaikka tämä periaate on selkeä, inhimillisen toimijan ja asian arvottamisen tulkintavaikkeitä lisää metaforisaatio. Inhimillistä toimintaa voidaan kuvata häivyttäen toiminnan inhimillisyyttä näkyvistä. Talouskieltä onkin esimerkiksi Karvonen (1999: 151–157) luonnehtinut asiakeskeiseksi tapahtumien selostamiseksi, jossa toiminnot tapahtuvat kuin itsestään ja toimijat voivat olla epäinhimillisiä abstraktioita. Viime kädessä toimijan tulkinta inhimilliseksi tai ei-inhimilliseksi perustuu tekstinulkoiseen ensyklopediseen tietoon. Koska selkeä inhimilliseen toimijaan kohdistuva arvottaminen voi implisiittisesti arvottaa asiaa ja toisinpäin, analyysissä ilmiö on Martinin ja Whiten (2005: 67–68) ohjeita noudattaen mahdollista huomioida merkitysten kaksoiskoodaamisena. Tutkimuksen analyysin luokittelu perustuu ensisijaisen arvottamisen kohteen tunnistamiseen, ja mahdollisten toissijaisten kohteiden luokittelu on rajattu määrällisten havaintojen ulkopuolelle (ks. myös ben-Aaron 2005: 698). Myös inhimillistä toimijaa arvottavien merkitysten kohteet on analyysissä luokiteltu aineistolähtöisesti. Taloudelliset toimijat ovat lähinnä yksityisen sektoriin toimijoita, kun taas poliittiset toimijat ovat julkisen sektorin toimijoita, joihin lukeutuvat valtiot, ay-liikkeet, poliittiset ja talouspoliittiset toimijat. Valtioiden luokitellut poliittisiksi kohteiksi erottaakseni ne yritysmaailman toimijoista, vaikka ne ovat aineistossa pikemminkin kansantalouksia kuin poliittisia päätöksiä tekeviä toimijoita.

## 5 Inhimillisen toimijan arvottaminen metaforin

Taloussanomalehtien pääkirjoituksissa metaforien avulla tuotetut inhimillisen toimijan arvottamiset tulkitsin 'kyvykkyyden', 'määrätietoisuuden' ja 'sopivuuden' merkityksiksi. Taloussanomalehden pääkirjoituksissa tuotetaan **'kyvykkyyden' merkityksiä** paitsi eksplisiittisin kielellisin keinoin (ks. Katajamäki 2006), myös metaforin. 'Kyvykkyyden' merkityksin tuodaan esille taloudellisen toimijan (*halpaketjujen*) asemaa määritellen toimija "raskassarjalaiseksi" (esim. 1) tai toiminnan monipuolisuutta kuvaten palvelutarjonnan laajuutta (esim. 2)<sup>5</sup>. Kohteena olevat taloudelliset toimijat ovat institutionaalisia toimijoita eli strukturoituja kollektiiveja, joissa osa ihmisistä edustaa

---

<sup>5</sup> Aineistoesimerkeissä metaforiset ilmaukset on lihavoitu ja arvottamisen kohde alleviivattu.

muita ja ihmiset voivat myös vaihtua (Tuomela 1989: 476–477; Pilke 2000: 114–115)<sup>6</sup>. Yrityksen tulkitseminen institutionaaliseksi toimijaksi ei ole tulkinnallisesti aina helppoa, sillä puhuttaessa yrityksistä tekstissä niiden ’tiedostava toimijuus’ ei aina tule ilmeiseksi ja yrityksistä voidaan puhua myös tuotteina (osakkeina), joita sijoittajat ostavat, tai paikkoina, jossa ihmiset käyvät ostoksilla (ks. myös White 1998: 36). Talousjournalistisessa diskurssissa, samoin kuin yleiskielessä, sanojen merkitykset jäävät usein melko epämääräiseksi esimerkiksi ammattialan termeihin verrattuna. Esimerkeissä puheen yrityksestä halpaketjuna tai tavaratalona voi nähdä viittaavan sekä yrityksen henkilöstöön kollektiivina että kollektiivin muuhun toimintaan. Ominaista institutionaalisen toimijan arvottamiselle on se, että merkitykset ovat pikemminkin yleisiä kuin yksityiskohtaisia, jolloin ei kuvata, millaisin sisäisin (esim. toimijan taitavuus) tai ulkoisin kyvyin (esim. toimijan rahatilanne) toimija voittaa. Institutionaaliset toimijat arvottamisen kohteina ovat merkityksiä, jotka sisältävät ajatuksen tietoisesta toimijasta mutta ovat hyvin abstrakteja.

- (1) Lidlin ja muiden **raskaan sarjan halpaketjujen** ytimenä ovat erittäin alhaiset kulut ja tehokas sisäänostojärjestelmä. (TS11092001, kpl1)
- (2) Suomeen syntyy **uusi täyden palvelun finanssitavaratalo**, kun osuuspankkiryhmään kuuluva OKO ostaa vakuutusyhtiö Pohjolan. (KL13092005, kpl1)

’Kyvykkyyden’ merkityksiksi olen luokitellut myös ’hyvään/huonoon asemaan siirtymisen’ merkitykset, joilla tuodaan esille toimijan aseman muutosta. Esimerkeissä 3–6 lauseissa sekä muutosprosessia merkityksellistävät verbit että kilpailun tai sodan lähdealueen metaforat ovat rakentamassa kuvausta toimijan aseman muutoksesta. Esimerkissä 3 ”johtoaseman menettäminen” rakentaa merkityksiä ’huonoon asemaan siirtymisestä’. Sana *johtoasema* pohjautuu talouskieleen vakiintuneeseen kilpailun metaforaan; kansantalouksien kesken ei ole meneillään ns. todellista kilpailua. Näin kansantaloudetkin esitetään keskenään kilpailevina toimijoina, joista joku voi olla hyvässä tilanteessa suhteessa muihin. Esimerkeissä 4 ja 5 SOK:n noususta rakennetaan merkityksiä kilpailudiskurssin tapaan, kun SOK nimetään *ykköseksi* ja *markkinajohtajaksi*<sup>7</sup>. ’Hyvään/huonoon asemaan siirtymisen’ merkityksiä voidaan rakentaa kuvaamalla joko huonoon asemaan joutumista häviten vastustajalle tai hyvän aseman saavuttamista esittäen vastustajan toimintaa sotametaforin, kuten esimerkissä 6. Tällöin mukana on kaksi kohdetta, asemaansa parantanut ja huonontanut yritys, joista kohteeksi olen luokitellut

<sup>6</sup> Puhe strukturoidusta kollektiivista sisältää ajatuksen siitä, että vaikka kollektiivi ei ole reaaliolento eikä toimi samoin kuin ihminen, se voidaan kuitenkin ymmärtää kollektiiviolenoksi, joka toimii tiettyjen rakenteellisten ehtojen mahdollistamana (Ridell & Pietilä 2008: 29).

<sup>7</sup> Vaikka metaforaa *markkinajohtaja* voi luonnehtia jäätyneeksi, sanalla on kuitenkin edelleen joitain metaforisuuteen liittyviä merkityspiirteitä. Inhimillisenä toimijana markkinajohtaja on joku, joka johtaa kilpailua ja samalla pystyy määrittelemään, miten toimitaan (esim. tuotteen hinnan). Tämä puolestaan helpottaa maksimaaliseen voittoon pyrkimistä ja arvottuu siksi positiiviseksi. Markkinajohtajuuden arvottaminen hyväksi pohjautuu Miniterin (2002: 9–11, 19–20) mukaan uskomukseen, että markkinajohtajuuteen pyrkiminen on hyvä strategia yrityksen pyrkiessä voittoihin, vaikka markkinaosuudella ei välttämättä ole yhteyttä pitkän aikavälin voittojen kasvuun. Hän kuvaa uskomusta markkinaosuuden tavoiteltavuudesta jopa pakkomielteeksi tai dogmaattiseksi kultiksi, jonka temppeleinä kauppakorkeakoulut toimivat. (Minitier 2002: 9–11, 19–20.)

reemana olevan toimijan (*kaupparyhmittymän*). Esimerkit 4–6 ovat samasta pääkirjoituksesta, mikä tuo esille arvottamisen diskurssi-semanttisuutta, sillä aiemmin sanottu pohjustaa myös tekstin myöhempien merkitysten tulkintaa.

- (3) Maailman toiseksi suurin kansantalous on menettänyt taloudellista **johtoasemaansa** Aasiassa. (KL04092001, kpl6)
- (4) SOK nousee **ykköseksi** (KL08092005, otsikko)
- (5) SOK:sta tulee kiistaton päivittäistavarakaupan **markkinajohtaja**. (KL08092005, ingressi)
- (6) SOK **eliminoi** Spar-kaupalla mahdollisen kolmannen merkittävän kaupparyhmittymän syntymisen Suomeen. (KL08092005, kpl6)

Siinä missä taloudellisia toimijoita ihailaan, poliittisia toimijoita pääosin kritisoidaan 'kyvykkyyden' merkityksin. Esimerkissä 7 "Suomen" kuvataan "vajonneen näköharhaan". Suomi esitetään toiminnan kohteena, jolle jotain tapahtuu (vajoaminen näköharhaan). Tekstiyhteyden perusteella "Suomella" voidaan kuitenkin tulkita viitattavan Suomen kansalaisiin (henkilöryhmä), joten suomalaisia arvotetaan 'kyvyttömiksi'. Vaikka kohde on melko implisiittinen, metaforisella ilmauksella tuotettu arvottaminen vaikuttaa melko eksplisiittiseltä. Esimerkissä 8 puhutaan "näkemisestä kauas", jolla voi tulkita viitattavan joidenkin ihmisten kyvyttömyyteen ymmärtää tulevaisuuden muutoksia riittävästi. Arvotuksen kohde jää lausetasolla implisiittiseksi, mutta täsmentyy edellisessä virkkeessä "Suomeksi". Tästä huolimatta kohde jää tekstissä epämääräiseksi, joskin sillä voidaan tulkita viitattavan laajasti 'poliittisen vallan käyttäjiin'.

- (7) Suomi on nyt osittain **vajonnut** tähän samaan **näköharhaan**. (KL17092015, kpl8)
- (8) Suomi on vaarassa tehdä saman virheen energia-asioissa, minkä se teki metsäteollisuudessa. Ei **nähdä** tarpeeksi **kauaksi**. (KL28092015, kpl11)

'**Määrätietoisuuden**' merkityksillä toimija kuvataan sinnikkäänä päämäärään pyrkijänä tai siihen kykenemättömänä. Esimerkissä 9 *kiinalaisyrietykset* kuvataan toimijoina, jotka pyrkivät parempaan asemaan. Esimerkissä 10 kuvataan mennyttä aikaa kritisoiden taloudellisen toimijan 'määrätietoisuutta', sillä toiminta ei perustunut täysin kaupallisiin lähtökohtiin. Samalla tekstissä tuotetaan nykyisyydestä positiivista kuvausta asettaen se vasten menneisyyttä. Esimerkit 11–12 heijastelevat kirjoittajan myönteistä suhtautumista tarpeeseen muuttaa työmarkkinoiden toimintaan. Esimerkit kohdistuvat poliittisiin toimijoihin, hallitukseen ja Suomeen valtiona. Hallitus kuvataan metaforisilla ilmauksilla 'määrätietoisena ohjaajana, joka ottaa tilanteen haltuun'. Suomea kuvataan "vaikeuksista nousevana" valtiona, joka toimillaan voi päästä tavoitteisiinsa (hyvään taloustilanteeseen). Sen sijaan esimerkissä 13 muutosta hidastavan SAK:n kuvaillaan toimivan itse itselleen epäedullisesti ja siten ei 'määrätietoisesti'.

- (9) Kiinalaisyrietykset eivät tyydy **seisomaan kotiasemissa**, vaan hakevat myös globaalia johtajuutta. (KL07092015, kpl6)
- (10) 1980-luvulla rahoitusala ei ollut vielä suuriin järjestelyihin **kypsä**, vaan toimintaan liittyi taloudellisten lisäksi aluepoliittisia tai aatteellisia tekijöitä. (TS13092005, kpl2)
- (11) Hallitus **ottaa ohjat käsiinsä** (KL09092015, otsikko)

- (12) Suomi voi **nousta vaikeuksistaan**, mutta edellytyksenä on työmarkkinoiden uudistaminen. (KL17092015, kpl6)
- (13) SAK **maalaa kannallaan itseään nurkkaan**, sillä sekä Akava että STTK hyväksyvät viiden prosentin tavoitteen. (KL23092015, kpl3)

Siinä missä 'kyvykkyyden' ja 'määrätietoisuuden' merkitykset liittyvät toimijan sosiaaliseen arvonantoon, '**sopivuuden**' **merkitykset** ovat sosiaalisen hyväksynnän alalaji (Martin & Rose 2003: 24; Martin & White 2005: 52). Iedeman ym. (1994: 211) mukaan sosiaalisen arvonnannon merkitykset liitetään toimijan yleisöltä saamaan arvostukseen. Sosiaalisen hyväksynnän merkitykset liittyvät oikeaan ja väärään, toisin sanoen moraalisesti hyväksytyihin tapoihin ja käyttäytymissäntöihin. Esimerkiksi 'typeryydessä' ei ole kyse väärin tekemisestä, kun taas 'epärehellisyydessä' on. Usein sosiaalisen hyväksynnän merkityksillä arvioidaan käyttäytymistä, jota säädellään laeilla.

'Sopivuuden' merkityksin kritisoidaan SAK:ta "kovaksi peluriksi", joka ei ymmärrä tilannetta ja hidastaa tarpeellisten työmarkkinamuutosten tekemistä (esim. 15). Näin SAK:sta tuotetaan kuvausta 'epäreiluna' toimijana, joskaan toimijan lainkuuliaisuutta ei kyseenalaisteta. Esimerkissä 16 Tsiprasta luonnehditaan "takinkääntäjäksi", eikä mestaruuden saavuttamista voi tässä tapauksessa luonnehtia saavutukseksi. Esimerkki on sikäli poikkeuksellinen, että kyseessä on aineiston ainoa metaforin tuotettu ihmisarvotus, joka kohdistuu henkilötoimijaan. Näyttää siltä, että henkilötoimijaan kohdistuva arvottaminen niin metaforin kuin eksplisiittisin ilmauksin on mahdollista taloussanomalehtien pääkirjoituksissa (ks. Katajamäki 2006: 103–108) silloin, kun se viestinnän päämäärän kannalta on tarkoituksenmukaista. Teksteihin tuotetut merkitykset heijastelevat myös sitä, mitä maailmassa tapahtuu. Ylipäänsä metaforin tuotettuja 'sopivuuden' merkityksiä esiintyi vain vuoden 2015 aineistossa. Aineiston kaksi taloudelliseen toimijaan kohdistuvaa 'sopivuuden' merkitystä liittyvät Volkswagen-skandaaliin, jolla viitataan vuonna 2015 paljastuneeseen autojen päästömittausten manipulointiin. Manipuloinnin paljastuttua yritystä arvosteltiin eri lehdissä ja eri tekstilajeissa kansainvälisesti. Taloussanomalehtien pääkirjoituksissa tuotetaan yrityksen arvottamista viitaten "pimeillä voimilla" yritykseen, joka on toiminut väärin lakeja rikkoen (esim. 17).

- (15) SAK **pelaa kovaa peliä**, mutta pelitilanne on muuttunut. (KL23092015, kpl7)
- (16) Tähän saakka Tsipras on ollut poliittisen **takinkäännön mestari**. (KL22092015, kpl5)
- (17) Volkswagenin päästöskandaali kertoo siitä, että yrietyksen puhtoisinkin julkisuuskuvan takaa voi löytyä **pimeitä voimia**. (KL24092015, ingressi)

Inhimillisen toimijan arvottamista tuottavat metaforat kohdistuvat taloudellisiin ja poliittisiin toimijoihin, jotka pääosin kielellistetään eksplisiittisesti (ks. Taulukko 1). Kohteina ovat erityisesti institutionaaliset toimijat (esim. *halpaketjujen*, *SOK*, *Kuntaliitolle*, *Kiina*, *Suomi*, *yrietyksen*), ja vain kertaalleen kohteena on henkilö (*Tsipras*). Näyttää siltä, että vaikka pääkirjoituksissa viestinnän päämäärään pääsemiseksi on toisinaan mahdollista kohdistaa arvottaminen yksittäiseen ihmiseen, kohteena useimmiten on institutionaalinen toimija. Tarvittaessa arvottaminen voidaan kohdistaa myös henkilöryhmiin, kuten hallitukseen ja kansalaisiin. Hallitukseen ja kansalaisiin kohdistuneet

arvottavat merkitykset ovat vuoden 2015 aineistosta. Kiinnostavaa on, että vuosien 2001 ja 2005 aineistossa arvotukset kohdistuivat useammin taloudellisiin (13) kuin poliittisiin toimijoihin (5), kun taas vuoden 2015 aineistossa arvotukset kohdistuivat useammin poliittisiin (26) kuin taloudellisiin (7) toimijoihin. Lukemat heijastelevat sitä, että vuoden 2015 kehitysteksteissä tarkastellaan erityisesti Euroopan ja Suomen talouspoliittista kehitystä. Vaikka merkitykset heijastelevat sitä, mitä maailmassa tapahtuu ja mistä aiheista pääkirjoituksia kirjoitetaan, ne tuovat myös esille, millaiset arvottavat merkitykset ovat kehitysteksteille ominaisia ja mahdollisia.

**Taulukko 1.** Metaforien kohteet ja niiden kielellinen ilmaus merkitysluokittain

		Taloudellinen toimija kohteena	Poliittinen toimija kohteena	Yht.
<b>MERKITYSLUOKKA</b>	<b>Kyvykkyys</b>	13 halpaketjujen, finanssitavaratalo, SOK:sta, Uudesta osuuspankkiryhmästä, hintajohtajaa, hintajohtajan, kaupparyhmittymän, SOK, toisen kotimaisen pääpankin, Kesko, sitä** (=Kesko), Kesko, yhtiön omistajat	1 6 Kuntaliitolle, Kristillisdemokraattisen Unionin, Maailman toiseksi suurin kansantalous, joka** (=Kiina), poliitikot, edelläkävijämaaksi, edelläkävijämaaksi, Etiopia, Suomi, Suomi, palkansaajaliikkeen, Suomi, Suomi, poliittisen vallan käyttäjät* (impl.), Suomen, Suomen	29
	<b>Määrätietoisuus</b>	4 Rahoitusala, kiinalaisyrietykset, länsimaisten yritysten, saksalainen E.ON	1 2 Kansa, Kiina, Kiina, Syrizan, EU, Suomen hallitus* (impl.), hallitus, hallitus* (impl.), SAK, SAK, Ne** (=Akava ja STTK), keskustalaiset* (impl.)	16
	<b>Sopivuus</b>	3 Volkswagen* (impl.), Volkswagen* (impl.), yrityksen	3 Tsipras, Tsipras, SAK	6
	<b>Yht.</b>	20	3 1	51

\* Mikäli kohde on ollut implisiittinen, taulukossa esitetään tulkittu kohde ja sulkeissa merkintä (impl.).

\*\* Pronominilla ilmaistujen kohteiden tulkinta selvennetty sulkeissa.

Taloudellisiin toimijoihin kohdistuessaan 'kyvykkyyden' merkitykset ovat useimmiten positiivisia ja poliittisiin toimijoihin kohdistuessaan negatiivisia merkityksiä. 'Määrätietoisuuden' merkityksillä sen sijaan tuotetaan yhtä lailla sekä positiivista että negatiivista kuvausta taloudellisista ja poliittisista toimijoista. 'Sopivuuden' merkityksillä rakennetaan kohteista pelkästään negatiivista kuvausta. Inhimillisen toimijan arvottaminen tuotettiin metaforin, joiden lähdealueena oli kilpailu ja urheilu (18); ihminen ja eläin (14); sota, taistelu ja väkivalta (8); fyysiset olosuhteet ja luonto (7) ja rakennus, rakentaminen ja kokoaminen (4). Arvottavuuden näkökulmasta metaforan lähdealueella on merkitystä siinä mielessä, että metaforisen ilmauksen talousjournalistisessa diskursissa saama merkitys on osin lainaa lähdealueelta. Metaforisen ilmauksen tuotetut arvottavat merkitykset voivat olla arvottavuudeltaan saman- tai erisuuntaisia kohde- ja lähdealueella. Kilpailun ja sodan diskursseista lainattujen ilmausten arvottavuus taloussanomalehtien pääkirjoituksissa näyttää olevan samansuuntaista kuin lähdealueilla: kilpai-

lussa ja sodassa menestyminen merkityksellistyy talousjournalistisessa diskurssissakin hyväksi. Sama analogisuus ei näytä toteutuvan muilta lähdealueilta siirtyneiden merkitysten kanssa.

## 6 Johtopäätökset

Tutkimus toi esille, että taloussanomalehtien pääkirjoituksissa metaforat toimivat keinoina, jotka heijastavat kirjoittajan asennoitumista inhimillisiin toimijoihin. Inhimillisten toimijoiden arvottaminen on yleensä kirjoittajan omaäänistä, jolloin sitä ei esitetä uutisille ominaiseen tapaan muiden puheena (ks. White 1998). Samalla kun kirjoittajan suhtautuminen tulee metaforista esille, arvottaminen toisintaa yhteisön arvoja ja uusliberalistista ideologiaa (ks. Katajamäki 2013). Näyttää myös siltä, että verrattuna implisiittiseen arvottamiseen metaforin tuotettu arvottaminen voi olla varsin selkeää. Tällaisina niiden tulkinta samantapaisesti saattaa olla lukijallekin helppoa, mikä vahvistaa yhteisön arvojen leviämistä.

Analyysi osoitti, että pääkirjoituksissa metaforisilla ilmauksilla tuotetun inhimillisen toimijan arvottamisen selkeys vaihtelee. Vaikka suhtautumisen teoriassa metaforat on määritelty implisiittisen arvottamisen alalajiksi, vihjaaviksi merkityksiksi, metaforat ovat merkitykseltään erilaisia siinä mielessä, miten selkeää niillä tuotettu arvottavuus on. Toisinaan arvottavuus rakentuu pääosin yksittäisten metaforisten ilmausten avulla, toisinaan vasta lauseen muut sanat (ideationaaliset merkitykset) vahvistavat arvottavuuden selkeyttä, jolloin arvottavuus on implisiittisempää. Myös arvottamisen kohteiden selkeys vaihtelee.

Metaforien avulla tuotettujen arvottavien merkitysten selkeyden arviointiin vaikuttaa myös se, määritelläänkö metaforiksi jo alalle vakiintuneet kuolleet metaforat, kuten tässä tutkimuksessa. Talousjournalistisessa diskurssiin vakiintuneita metaforia ovat esimerkiksi McCloskeyn (1986: 76) mukaan muun muassa sanat *kilpailu* ja *tasapaino*. Kun metafora on täysin vakiintunut, metaforien käyttö on samalla suorinta kielenkäyttöä. Tässä tutkimuksessa luokittelin sanan *markkinajohtaja* metaforaksi, koska sanan metaforinen alkuperä näkyy sanan rakentamisessa nykyisissä merkityksissä: sanalla viitataan johtajuuteen, hyvässä asemassa olemiseen. Lisäksi sanan sisältäneissä lauseissa arvottaminen oli selkeää, mikä sai minut pohtimaan metaforisen sanan roolia arvottavuuden tuottamisessa. Mikäli täysin vakiintuneet metaforiset ilmaisut rajataan sanastollisen metaforan määritelmän ulkopuolelle, se suhtautumisen teoriaa soveltavan analyysin näkökulmasta tarkoittaisi arvottavien merkitysten tulkitsemista implisiittisiksi vihjaavien asemesta. Näyttää siltä, että erityisesti metaforia analysoimalla suhtautumisen teorian määritelmien kehittäminen voi jatkua.

## Lähteet

- Alejo, Rafael (2010). Where does the money go? An analysis of the container metaphor in economics: The market and the economy. *Journal of Pragmatics* 42: 4, 1137–1150.
- ben-Aaron, Diana (2005). Given and news: Evaluation in newspaper stories about national anniversaries. *Text* 25: 5, 691–718.
- DeLong, J. Bradford (2002). *Macroeconomics*. Uudistettu painos. Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Glucksberg, Sam (2001). *Understanding Figurative Language: From Metaphor to Idioms*. Oxford University Press.
- Halliday, M. A. K (1994). *An Introduction to Functional Grammar*. 2. painos. Lontoo: Arnold.
- Heikkinen, Vesa (1999). *Ideologinen merkitys kriittisen tekstintutkimuksen teoriassa ja käytännössä*. Helsinki: SKS.
- Hellsten, Iina (1997). *Metaforien Eurooppa. Näkökulmia suomalaiseen EU-journalismiin*. Tampere: Tampereen yliopiston tiedotusopin laitos.
- Henderson, Willie (1994). Metaphor and economics. Teoksessa: *New Directions in Economic Methodology*, 343–367. Toim. Roger Backhouse. Lontoo & New York: Routledge.
- Henderson, Willie (2000). Metaphor, economics and ESP: some comments. *English for Specific Purposes* 19, 167–173.
- Iedema, Rick, Susan Feez & Peter R. White (1994). *Media Literacy*. Sydney: Disadvantaged Schools Program, NSW Department of School Education.
- Kankaanpää, Salli (2006). *Hallinnon lehdistötiedotteiden kieli*. Helsinki: SKS.
- Karvonen, Pirjo (1999). Missä on taloustekstin ihminen? Teoksessa: *Teksti ja ideologia. Kieli ja valta julkisessa kielenkäytössä*, 151–167. Toim. Jyrki Kalliokoski. 2. painos. Helsingin yliopiston suomen kielen laitos.
- Katajamäki, Heli (2005). Talouden selittäjät äänessä – Taloussanomalehtien pääkirjoitustoimittajien representaatioita sosiaalisesta roolistaan. *Tiedotustutkimus* 4–5, 4–27.
- Katajamäki, Heli (2006). Arvottavien merkitysten rakentaminen taloussanomalehtien pääkirjoituksissa. Teoksessa *Erikoiskielet ja käännteoria*, 97–108. Toim. Esa Lehtinen & Nina Niemelä. Vaasa: VAKKI.
- Katajamäki, Heli (2008). Kehityskulkujen selittäminen taloussanomalehtien pääkirjoituksissa. Teoksessa: *Lukija- ja käyttäjälähtöinen viestintä – vaatimuksia, sovelluksia ja kritiikkiä*, 77–88 Toim. Heli Katajamäki, Merja Koskela ja Suvi Isohella. Vaasa: Vaasan yliopisto.
- Katajamäki, Heli (2013). Uusliberalismi talousaiheisten pääkirjoitusten taustana. Teoksessa: *Haasteena näkökulma*, 116–127. Toim. Maria Eronen & Marinella Rodi-Risberg. Vaasa: VAKKI.
- Lakoff, George & Mark Johnson (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago & Lontoo: The University of Chicago Press.
- Martin, J. R. & David Rose (2003). *Working with Discourse. Meaning beyond the Clause*. London & New York: Continuum.
- Martin, J. R. & P. R. R. White (2005). *The Language of Evaluation. Appraisal in English*. Hampshire & New York: Palgrave Macmillan.
- McCloskey, Donald (1986). *The Rhetoric of Economics*. Brighton: Harvester.
- Mikkonen, Inka (2010). ”Olen sitä mieltä, että...” Lukiolaisten yleisönosastotekstien rakenne ja argumentointi. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä Studies in Humanities 135.
- Minitzer, Richard (2002). *Myth of Market Share. Why market share is the fool’s gold of business?* New York: Crown Publishing Group.
- Nöth, Winfried (1990). *Handbook of Semiotics*. Bloomington & Indianapolis: Indiana University Press.
- Painter, Clare (2003). Developing attitude: An ontogenetic perspective on Appraisal. *Text* 23: 2, 183–209.
- Pilke, Nina (2000). *Dynamisk fackbegrepp. Att strukturera vetande om handlingar och händelser inom teknik, medicin och juridik*. Vaasa: Universitas Wasaensis.
- Ridell, Seija & Veikko Pietilä (2008). Verkkomedia toimijuuden alustajana. *Lähikuva* 2, 27–43.
- Raeste, Juha-Pekka (2008). VL: Kysymyksiä Taloussanomalehden päätoimittajalle. [Sähköpostiviesti.]
- Richardt, Susanne (2005). *Metaphor in languages for special purposes: the function of conceptual metaphor in written expert language and expert-lay communication in the domains of economics, medicine and computing*. Frankfurt am Main: Lang.
- Stålhammar, Mall (1997). *Metaforernas mönster. Ifackspråk och allmänspråk*. Stockholm: Carlssons.
- Thurman, Neil & Merja Myllylahti (2009). Taking the paper out of news. A case study of Taloussomat, Europe’s first online-only newspaper. *Journalism Studies* 10: 5, 691–708.

- Tuomela, Raimo (1989). Actions by collectives. Teoksessa: *Philosophical Perspectives 3. Philosophy of Mind and Action Theory*, 471–496. Toim. James E. Tomberlin. Atascadero: Ridgeview Publishing Company.
- White, Peter (1998) [online]. *Telling Media Tales: the News Story as Rhetoric*. Sydneyn yliopisto. [Viitattu 1.5.2016] Saatavilla: [http://www.grammatics.com/appraisal/whitepr/whitepr\\_phd.html](http://www.grammatics.com/appraisal/whitepr/whitepr_phd.html)