

Sari Kotaja

Keskipohjalaisyritykset
toimintaympäristönsä ja sen
hyvinvoinnin rakentajina
Diskurssianalyttinen näkökulma

Sari Kotaja

Keskipohjalaisyritykset
toimintaympäristönsä ja sen
hyvinvoinnin rakentajina
Diskurssianalyttinen näkökulma

Esitetään Jyväskylän yliopiston taloustieteiden tiedekunnan suostumuksella
julkisesti tarkastettavaksi Mattilanniemessä salissa MaA 211
lokakuun 24. päivänä 2008 kello 12.

Academic dissertation to be publicly discussed, by permission of
the School of Business and Economics of the University of Jyväskylä,
in Mattilanniemi, Auditorium MaA211, on October 24, 2008 at 12 o'clock noon.



UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ

JYVÄSKYLÄ 2008

Keskipohjalaisyrietykset
toimintaympäristönsä ja sen
hyvinvoinnin rakentajina
Diskurssianalyttinen näkökulma

JYVÄSKYLÄ STUDIES IN BUSINESS AND ECONOMICS 68

Sari Kotaja

Keskipohjalaisyrietykset
toimintaympäristönsä ja sen
hyvinvoinnin rakentajina
Diskurssianalyttinen näkökulma



UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ

JYVÄSKYLÄ 2008

Editors

Tuomo Takala

School of Business and Economics, University of Jyväskylä, Finland

Pekka Olsbo, Marja-Leena Tynkkynen

Publishing Unit, University Library of Jyväskylä

URN:ISBN:978-951-39-3366-1
ISBN 978-951-39-3366-1 (PDF)

ISBN 978-951-39-3352-4 (nid.)
ISSN 1457-1986

Copyright © 2008, by University of Jyväskylä

Jyväskylä University Printing House, Jyväskylä 2008

ABSTRACT

Kotaja, Sari Maarit Susanna

Central Ostrobothnian SMEs as constructors of their operating environment and regional welfare. Discourse analytic research.

Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2008, 209 p.

(Jyväskylä Studies in Business and Economics

ISSN 1457-1986; 68)

ISBN 978-951-39-3366-1 (PDF), 978-951-39-3352-4 (nid.)

English summary

Dissertation

This research focuses on small and medium sized enterprises in Finland's Central Ostrobothnia region as constructors of identity and welfare for their operating environment. To investigate the phenomenon I apply a discourse analytic and constructionist approach. The study material is derived from the SMEs' www pages, which were subjected to a rhetorical analysis. I base my conclusions on the organizational discourses emerging from the homepages and the identities constructed therein. The dominant discourses show that the companies concentrate primarily, if not exclusively, on the substance of their business: the production of goods and services. Instead of describing themselves explicitly as builders of regional welfare or talking about themselves as regional actors, they construct themselves as active, co-operative, tradition-rich and multiskilled experts. From the perspective of welfare and stakeholder theories they can be said to generate both material and nonmaterial resources for objective and subjective welfare in their surroundings. I refer to these resources as financial, spiritual and social capital. The organizational discourses also offer material for constructing a positive and active identity for the whole region.

Keywords: identity, small and medium sized enterprises, welfare, stakeholder, region (operating environment), discourse, rhetorical analysis

Author's address

Sari Kotaja
Harjutie 17
69600 KAUSTINEN
e-mail sari.kotaja@pp.inet.fi

Supervisor

Professor Tuomo Takala
School of Business and Economics
University of Jyväskylä, Finland

Reviewers

Professor Hannu Katajamäki
Docent Tarja Pietiläinen

Opponent

Professor Hannu Katajamäki

ESIPUHE

Yksin oot sinä ihminen,
kaiken keskellä yksin?

No ei.

Kiitos

Tuomo Takala

Kari Ilmonen

Irja Aho

Jussi Vähämäki

Marjo Siltaoja

Merja Lähdesmäki

Hunnakon perhe

Elina Verronen

Hanna Ilmanen

Paula ja Keijo Salminen

Chydenius-instituutin yhteiskuntatieteellinen tutkijaryhmä

ja pitkämielinen ja lempeä Jarmo.

Kaustisella 9.9.2008

Sari Kotaja

Väitöstyötä on apurahoin tukenut Suomen Kulttuurirahaston Keski-Pohjanmaan rahasto vuosina 2006 (Antti Chydeniuksen rahasto) ja 2007 (Kokkolan Osuuspankin rahasto).

KUVIOT

KUVIO 1	Diskursseista yritysten asemoitumiseen ja toimintaympäristön identiteettiin	40
KUVIO 2	Diskurssianalyttisen tutkimuksen kartta (Jokinen & Juhila 1999, 55)	61
KUVIO 3	Yhteenvedo tutkimuksen kartasta; tutkimuskysymys 2	69
KUVIO 4	Diskursseista yritysten asemoitumiseen ja toimintaympäristön identiteettiin (ks. KUVIO 1)	118
KUVIO 5	Yritysten eksplisiittiset identiteetit	157
KUVIO 6	Asiantuntijuuden komponentit	158
KUVIO 7	Yritysten identiteettien päällekkäisyys ja sidoksisuus	159
KUVIO 8	Alueellinen hyvinvointi yritysten rakentamana	174

TAULUKOT

TAULUKKO 1	Diskurssianalyttiset lähestymistavat Phillipsin ja Hardyn (2002, 20) mukaan	60
TAULUKKO 2	Yleiset hyvinvoinnin ulottuvuudet (Allardt 1976, 33)	106
TAULUKKO 3	Having, loving ja being hyvinvoinnin indikaattoreina (mukailtu Allardt 1976; 50; 1993, 40)	108
TAULUKKO 4	Erilaiset kategorisoitumisen tavat	152
TAULUKKO 5	Identiteettien yhdistelmät	153
TAULUKKO 6	Retoriset keinot identiteeteittäin	154

SISÄLLYS

ABSTRACT

ESIPUHE

KUVIOT JA TAULUKOT

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	11
1.1	Tutkimuksen perustelu.....	11
1.2	Tutkimustehtävä.....	14
1.3	Tutkimuksen toteuttaminen.....	15
1.4	Tutkimuksen rakenne.....	16
2	VAIHTOEHTOISET TODELLISUUDET, MONINAISET IDENTITEETIT	17
2.1	Maailma kielenä, havaintoina ja mielteinä.....	17
2.2	Keskipojhalaiset todellisuudet.....	18
2.2.1	Vahva Keski-Pohjanmaa.....	18
2.2.2	Vähäverinen, häilyvä Keski-Pohjanmaa.....	21
2.3	Maailma kielenä - maailma diskursseina.....	25
2.3.1	Mikä diskurssi?.....	25
2.3.2	Diskurssien kyseenalaistamisen merkitys.....	28
2.4	Konstruoituva identiteetti.....	29
2.5	Keski-Pohjanmaata etsimässä.....	33
2.6	Yritykset tutkimuksen kohteeksi.....	39
2.6.1	Omat intressit.....	39
2.6.2	Yritykset toimintaympäristönsä jäseninä.....	41
2.6.3	Yritysten identiteetti konstruktiona.....	45
3	DISKURSSIEN ANALYSOINTI.....	47
3.1	Diskurssien etsiminen ja tunnistaminen.....	47
3.1.1	Paloista kokonaisuuksiksi.....	47
3.1.2	Teoriat ja taustaoletukset.....	48
3.1.3	Aineisto ja sen analysointi.....	51
3.1.4	Raportointi.....	54
3.1.5	Yhteenveto.....	56
3.2	Merkitykselliset tarinat ja diskurssien tutkimisen merkitys.....	57
3.3	Metodologiasta metodin valintaan.....	60
3.3.1	Tutkimuksen jäsentämisen merkitys metodin valinnassa.....	60
3.3.2	Jäsentämisen tapa tässä tutkimuksessa.....	60
3.3.3	Tutkimuksen jäsentämisen koonti.....	69
4	RETORINEN ANALYYSI DISKURSSIEN TUNNISTAMISESSA.....	70
4.1	Klassisesta uuteen retoriikkaan.....	71
4.2	Miksi argumentoida - ja miksi ei?.....	76
4.3	Retoriikan tutkimus - tunnistamisesta funktionaalisuuteen.....	79

4.4	Argumentoinnin keinot	80
4.4.1	Intressien häivyttäminen.....	81
4.4.2	Puhujan kategorisointi.....	83
4.4.3	Puhujan liittoutumisen aste	85
4.4.4	Konsensus, asiantuntijalausunnat ja itsestäänselvyydet.....	86
4.4.5	Vaihtoehtottomuus – faktuaalistaminen	87
4.4.6	Kategoriat vakuuttamisen keinona.....	89
4.4.7	Yksityiskohdat, määrällistäminen ja metaforat	91
4.4.8	Muita keinoja	93
4.5	Yhteenveto	95
5	NÄKÖKULMIA HYVINVOINTIIN.....	97
5.1	Hyvinvointinäkökulmien moninaisuus	98
5.1.1	Objektiivinen ja subjektiivinen hyvinvointi	101
5.1.2	Hyvinvointi ja resurssit	103
5.1.3	Hyvinvointi ja tarpeet.....	105
5.1.4	Hyvinvointi ja kyvyt.....	110
5.1.5	Onnellisuus ja hyvinvointi.....	112
5.2	Näkökulmia alueelliseen hyvinvointiin	114
5.3	Hyvinvoinnin määritelmä tässä tutkimuksessa.....	116
6	TUTKIMUKSEN TEOREETTISEN OSUUDEN KOONTI	117
7	KESKIPOHJALAISET YRITYKSET TEKSTEISSÄÄN	120
7.1	Tutkimuksen tavoite, aineisto ja toteutus	120
7.2	Keskipohtalaisyrittäjien diskurssit	123
7.2.1	Toiminta-ajatukset ja muut yritysten toimintaansa ohjaaviksi nimeämät periaatteet	123
7.2.2	Neljä diskurssia	126
7.2.2.1	Perinediskurssi	126
7.2.2.2	Kumppanuusdiskurssi	130
7.2.2.3	Kokonaisuuksien toimittaminen.....	132
7.2.2.4	Asiantuntijuusdiskurssi	136
7.3	Empiirisen analyysin strukturointi	151
8	JOHTOPÄÄTÖKSET	156
8.1	Tavoite, metodi ja tulosten esittäminen.....	156
8.2	Identiteetit ja niiden rakentuminen yritysten teksteissä.....	157
8.2.1	Mitä puhutaan	157
8.2.2	Miten puhutaan	160
8.2.3	Kenelle puhutaan	163
8.3	Yritykset hyvinvoinnin rakentajina?.....	168
8.3.1	Menestyvät yritykset ja hyvinvointi.....	168
8.3.2	Yritysten identiteetit ja toimintaympäristön hyvinvointi	170

8.3.3	Keskipohjalaisyrietykset hyvinvoinnin näkökulmasta - yhteenveto	172
8.4	Keski-Pohjanmaa yritysten teksteissä.....	175
8.5	Keskipohjalaisyrietykset toimintaympäristönsä ja sen hyvinvoinnin rakentajina	177
9	DISKUSSION	179
9.1	Tutkimuksen arviointia	179
9.2	Jatkotutkimuksen aiheita.....	187
9.3	Yrietykset Keskipohjanmaan rakentamassa - käytännölliset johtopäätökset	189
9.4	Lopuksi.....	192
	SUMMARY	194
	LÄHTEET	197
	LIITE	207

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen perustelu

Maaseudusta ja maakunnista puhutaan usein tavalla, joka ruokkii kuvaa ruuhka-Suomen ulkopuolisista alueista yksinomaan sen tarjoamista resursseista ja tuesta riippuvaisena provinssina ja taakkanakin. Maakunnat rakentuvat seu-duiksi, jotka itse eivät voi vaikuttaa elinkelpoisuuteensa tai tuottaa elämiselleen tarpeellisia voimavaroja. Elämisen ehdot, elinvoimaisuus ja hyvinvointikin nähdään irrallisina tekijöinä tai resursseina, jotka on tuotava näille alueille ”jos-takin”.

...Koska kilpailukyky ymmärretään nyt kyvyksi menestyä globaalissa kvartaalita-loudessa, on alueellisesti suurien ja väestöllisesti pienien maiden pohdittava uudel-leen, miten resurssit jaetaan yhteiskunnan eri sektoreilla. -Näin tehden alueelliset erot kasvaisivat väistämättä ...kyse on siitä, jaetaanko niukkeneviä resursseja tasai-sesti vai lisääntyviä resursseja epätasaisesti. ...kilpailukykyämme uhkaa vallitseva yhteiskunnallinen hyvinvointimalli, jonka mukaan kehitys tulee ulottaa koko maan alueelle. -Näin ollen alueellisesta hyvinvointimallista tulisi luopua, jotta edes pää-kaupunkiseutu voisi menestyä globaalissa kilpailussa. ...Tulevaisuuden Suomi näh-dään sen sijaan avautuvana, investointeja houkuttelevana joustavan elinkeinoelämän ja kansainvälisen kilpailun maana, jonka tulisi luopua myös vanhasta alueellisuuteen perustuvasta talous- ja puolustuspoliittisesta mallista.
Sami Moisio, Helsingin Sanomat, Vieraskynä 22.11.2004

Joskus maaseudulla aletaan itsekkin elää ja puhua edellä kuvattujen oletusten mukaisesti: painotetaan ulkopuolisten resurssien merkitystä alueen toiminnalle tai luodaan kuvaa alueesta jollakin tavoin avun tarpeessa ja varassa elävänä toimintaympäristönä. Keskipohjanmaa-lehdessä 18.12.2007 kirjoitetaan, kuinka ”Maakuntaan halutaan lisää kehittämisrahaa. ...[Keski-Pohjanmaan liiton oh-jelmapäällikkö] Anne Pesolan mukaan [Keskipohjalaisen innovaatioympäristön vahvistaminen -raporttia valmistelleella] innovaatiotyöryhmällä on ollut yksi keskeinen teema ja tavoite. -Kaikki lähtee siitä, että alueelle on saatava lisää re-sursseja...” Keskipohjanmaa-lehdessä 1.7. 2007 todetaan, että ”...Aiemmin vä-

häväkisille seuduille voitiin juhlapuheissa jotain luvata, todellisia toimia oli niukalti. Tällä hetkellä mitään ei edes luvata.”

Karisto (2004) kuvaa vetovoimaista asuin- ja elinympäristöä – tarkalleen ottaen Karisto puhuu kaupungeista – arkiviihtyisäksi. Toimivat rakenteet ovat tarpeen viihtyisiä, houkuttelevia ja tyytyväisyyttä – onnellisuutta, subjektiivista hyvinvointia – mahdollistavia olosuhteita rakennettaessa, mutta ne yksin eivät riitä (ks. esim. Mikkonen 2004). Kariston sanoin toimivan rakenteen lisäksi ”arjessa on vapautta ja vaihtelua, kaupungissa karaktääriä ja yksilöllisyys ja yhteisöllisyys yhdistyvät”. Kun jokapäiväisestä leivästä ja muusta materiasta ei ole puutetta tai sen puolesta ei tarvitse taistella, elämän mielekkääksi kokeminen saa entistä suuremman merkityksen. Silloin puhutaan siitä, mitä mahdollisuuksia yksilölle tarjoutuu hänen tekemiensä asuin- ja työpaikkaa koskevien valintojen myötä (vrt. Inglehart 1990; ks. myös Sen 1993). Kysymys on siitä, millaisia vaikuttamisen, osallistumisen ja toiminnan vaihtoehtoja jokin alue voi tarjota sen lisäksi, että se tarjoaa mahdollisuuden toimeentulon hankkimiseen ja mielellään vielä mielekkäällä tavalla. Erikson (1993, 77) toteaa koetun tyytyväisyyden puolestaan vaikuttavan kykyyn hyödyntää olemassa olevia resursseja. Rakenteiden ja tyytyväisyyden suhde on siten vastavuoroinen: esimerkiksi Layard (2005) puhuu niin turvallisten ja vakaiden olosuhteiden tärkeydestä kuin itsensä toteuttamisen ja ylipäättään mielekkään tekemisen mahdollisuuksien merkityksestä länsimaisen ihmisen hyvinvoinnille. Alueen vetovoima, rakenteet ja toimivuus, elinvoimaisuus ja hyvinvointi näyttäisivätkin kietoutuvan toisiinsa monin tavoin.

Alvesson ja Berg toteavat monen alue- ja organisaatio- ja niiden kulttuurien tutkimuksen taustalla vallitsevan oletuksia siitä, että jollakin tietyllä alueella on omaleimainen identiteetti ja tapa ajatella ja toimia, joka vaikuttaa ja selittää alueen tapahtumia ja sen eri toimijoiden toimintaa. Alueen asukkaiden tietoisuus taustastaan vahvistaa heidän mukaansa tätä identiteettiä (vrt. esim. Virtanen 1999, 163). Omaa tutkimustani ohjaavasta konstruktionistisesta näkökulmasta meidän ei kuitenkaan tarvitse tyytyä identiteetin tunnistamiseen ja vahvistamiseen. Konstruktionistisesta näkökulmasta identiteetti ei vain ”ole”, vaan identiteetit ovat muokattavissa ja rakennettavissa jokapäiväisessä yksilöiden ja yhteisöjen välisessä vuorovaikutuksessa ja kanssakäymisessä. Identiteetin tunnistamisen sijaan olennaisempaa on tiedostaa identiteettien konstruoituva luonne ja se, kuinka jokaisella yksilöllä ja toimijalla on mahdollisuus vaikuttaa siihen, millaiseksi oman ympäristömme miellämme ja havaitsemme.

Konstruktionistisesta näkökulmasta ei alueen toimivuuden kannalta ole yhdentekevää, mitä ja mistä puhumme, kun puhumme omasta elinympäristöstämme. Jos Inglehartin (1990, 30) tavoin ajattelemme, että matala tyytyväisyys ja negatiivinen käsitys ympäristöstä ovat toisiinsa sidoksissa, puhumisen tapa vaikuttaa myös alueen vetovoimaisuuteen. Tapa puhua alueesta ja sen jäsentyminen ja identifioituminen puheen myötä saattaa olla merkittävä tekijä esimerkiksi alueella havaituille toiminnan mahdollisuuksille (vrt. Jokinen, Juhila & Suoninen 1993, 99) ja aluetta koskeville asenteille (vrt. Antaki & Widdicombe 1998, 10). Aluepuhunta muokkaa käsitystä alueella mahdollisen toiminnan

vaihtoehtoista ja alueen tarjoamista mahdollisuuksista mielekkääseen elämään. (Vrt. myös Lincoln 1998a, 16.)

Vásquez-Barquero (2006) on korostanut alueiden omaa toimintaa ja aloitteellisuutta niin taloudellisen kuin muunkin alueellisen kehittymisen kannalta keskusjohtoisen (valtiollisen) tai makrotaloudellisen ohjauksen ja resurssien jaon sijaan. Niittykangas (2003, 189) puhuu alueen endogeenisestä kehityksestä, jolla hän viittaa kehitykseen, jonka ”juuret ovat alueen yrityksissä ja niiden toiminnalle edellytyksiä luovien ja liiketoiminnan syntyyn aktiivisesti vaikuttamaan pyrkivien toimijoiden toiminnassa”. Ovaskaista (1998, 53) mukaillen kaikilta alueilta löytyykin voimavaroja, joita aktiivisesti tunnistamalla ja edelleen näkyväksi tekemällä voidaan käyttää alueen itsensä hyväksi – kuten vaikkapa rakennettaessa elinvoimaista, houkuttelevaa asuin- ja työympäristöä.

Hautamäki (2000, 9) korostaa nimenomaisesti yritysten merkitystä suoranaishana maaseudun ja alueellisen kehityksen moottorina. Myös Vidaver-Cohen ja Altman (2000, 149) ovat painottaneet yritystoiminnan merkitystä alueiden – yritysten toimintaympäristön – toimivuudelle ja elinvoimaisuudelle. Moore ja Spence (esim. 2006) sekä Murillo ja Lozano (2006) korostavat erityisesti pienten ja keskisuurten (myöh. pk-yritykset) yritysten merkitystä tai ”luonnetta” toimintaympäristönsä vaikuttajina. Taipalinen ja Toivio (2004, esipuhe) painottavat niin ikään pk-yritysten merkitystä koko yhteiskunnan hyvinvoinnin rakentajina. Yrityksiä ympäröivä vahva yhteisö vakaine rakenteineen puolestaan turvaa yrityksille esteetöntä ja ehkä ennakoitavaakin toiminta- ja elintilaa ja alueen elinvoimaisuus yritysten toiminnan jatkuvuutta ja tehokkuutta (vrt. mm. Waddock & Smith 2000, 59). Ympäristöstään huolehtiessaan ja hyvinvointia rakentaessaan yritykset samalla siis rakentavat itselleen toiminnan mahdollisuuksia ja elintilaa – turvaavat esimerkiksi rekrytointia ja rahoitusta (vrt. esim. Post 2000). Spencen ja Schmidpeterin (2003, 93, 96) mukaan varsinkin pienet yritykset ovat kuitenkin usein sulautuneet ympäristöönsä jopa niin, että niiden merkitys huomataan pahimmillaan vasta silloin, kun niitä ei enää ole.

Monessa kesken ja pohjoisen Suomen maakunnassa vallitsee huoli oman maakunnan ja ylipäätään maaseudun elinvoimaisuudesta ja -kelpoisuudesta. Myös Keski-Pohjanmaalla keskustelu aiheesta herää aika ajoin. Yhtenä asiaan vaikuttavana tekijänä alueella on pohdittu maakunnasta rakentuvaa kuvaa – on puhuttu maakunnan identiteetistä, alueen vetovoimasta ja houkuttelevuudesta, alueen rajaamisesta sekä alueen yhtenäisyydestä ja yhtenäisyyden merkityksestä alueen identiteetille. (Keski-Pohjanmaan liiton viestintäseminaari 3.1.2005; Hyvönen, Pihlaja & Rintala 2005; Keski-Pohjanmaan maakunnan yritysten ja viranomaisien yhteiskuntavastuuseminaarit 5. & 6.3.2005; Keski-Pohjanmaan maakuntaohjelma 2003–2006 & 2007–2010, alueen lehtien mielipidepalstat.) Maakunnan elinvoimaisuutta ja vetovoimaisuutta sekä sen tarjoamia toiminnan mahdollisuuksia ja toisaalta sen olemassaolon oikeutusta, mielekkyyttä ja merkitystä on kyseenalaistettu välillä voimakkaastikin alueella ja alueesta käytävissä keskustelussa aivan samaan tapaan ja samoin argumenteinkin kuin muussa maaseutua ja sen aktiivisuutta koskevassa julkisessa puheessa. Keskus-

telun sävy on usein ollut omiaan ruokkimaan käsitystä varsin hajanaisesta ja taantuvasta, riitaisastakin maakunnasta.

Keskipohjalaisella yritystoiminnalla on taloudellisin kriteerein mitattuna mennyt viime vuosina varsin hyvin valtakunnallisesti vertaillen (ks. esim. Kauppalehti 8.11.2004; Hautamäki 2000, 128; ks. myös Niittykangas 1999, 15). Työssäni ammatinvalintapsykologina minulla on ollut mahdollisuus perehtyä Keski-Pohjanmaan yritystoimintaan ja yritysten maailmaan sisältäpäin vieraillemalla yrityksissä ja keskustelemalla yrittäjien ja yritysten työntekijöiden kanssa näiden arkisen työn lomassa. Vierailut ja keskustelut ovat vahvistaneet kuvaa elinvoimaisista ja kehittymään pyrkivistä yrittäjistä ja yritystoiminnasta. Yritysten näkökulmasta ja niiden toiminnan kautta tarkasteltuna Keski-Pohjanmaa näyttää minulle aktiivisena, hyvinvoivana maakuntana.

Keski-Pohjanmaa rakentuukin mielessäni varsin ristiriitaiseksi alueeksi – toisaalta aktiivisen, menestyvän yritystoiminnan kotipaikaksi, toisaalta hieman hajanaiseksi, moneen suuntaan tempovaksi ja eripuraiseksikin maakunnaksi. Tämä ristiriita on johdattanut minut tutkimaan yritysten ja yritystoiminnan merkitystä ja niiden tarjoamia mahdollisuuksia Keski-Pohjanmaan maakunnan identiteetin rakentamisessa ja rakentumisessa.

1.2 Tutkimustehtävä

Tutkimuksessani etsin vastauksia siihen, millaista Keski-Pohjanmaata alueen yritykset toiminnassaan rakentavat. Katson, että yrityksillä voi olla muutakin kuin taloudellista vaurautta ja hyvinvointia tuottava merkitys omassa toimintaympäristössään. Tarkoitan tällä sitä, että yritykset voivat rakentaa ja muokata toimintaympäristöään ja siinä havaittuja toiminnan mahdollisuuksia ja edellytyksiä muutoinkin kuin taloudellisia toiminnan resursseja tuottamalla. Tutkittava ilmiö on yritykset toimintaympäristönsä ja sen hyvinvoinnin rakentajina, ja tavoitteeni on tehdä näkyväksi yritysten merkitystä ja niiden tarjoamia mahdollisuuksia ja vaihtoehtoja Keski-Pohjanmaan maakunnan identiteetin rakentamisessa ja rakentumisessa.

Tutkimuskysymyksiä on kolme. Ensimmäinen kysymykseni kuuluu seuraavasti:

- miten keskipohjalaisyrietykset asemoituvat toimintaympäristössään sen hyvinvoinnin näkökulmasta?

Vastausta tähän kysymykseen etsin keskipohjalaisyrietyksille rakentuvista identiteeteistä. Toinen kysymykseni kuuluu:

- millaisia identiteettejä keskipohjalaisyrietykset itselleen diskursseissaan rakentavat?

Tätä kysymystä tarkentavia kysymyksiä ovat *mitä* yritykset puhuvat ja puheessaan korostavat kertoessaan omasta toiminnastaan; *miten* yritykset puhuvat; ja *kenelle* ne puhuvat. Kolmanneksi kysyn:

- millaista Keski-Pohjanmaata yritysten teksteissä rakennetaan?

Vastausta tähän kysymykseen etsin kahteen edelliseen kysymykseen saamiini vastauksiin perustuen.

Tutkin keskipohjalaisyrityksiä ja niiden merkitystä toimintaympäristölleen diskurssianalyttisestä näkökulmasta. Tutkimustani ohjaavat siten sosiaalisen konstruktionismin maailmaa, ihmistä, saatavissa olevan tiedon laatua ja tutkimuksen tavoitteita ja merkitystä koskevat teoreettiset perusoletukset. Tutkimuksen tekemisen tapaa ohjaavan diskurssianalyttisen viitekehyksen ohella tutkimuksessa tehtävien johtopäätösten kannalta keskeisiä teorioita ovat sidosryhmä- ja hyvinvointiteoriat. Paljolti sidosryhmäteoriaan perustuen teen johtopäätöksiä yritysten identiteettien rakentumisesta ja yritysten ja niiden toimintaympäristön vuorovaikutuksesta; hyvinvointiteoriat puolestaan ovat merkityksellisiä tehdessäni johtopäätöksiä yritysten merkityksestä toimintaympäristönsä hyvinvoinnille.

1.3 Tutkimuksen toteuttaminen

Tutkimuksessani analysoin ensin yritysten diskursseissa rakentuvia identiteettejä. Tutkimusaineistona käytän taloudellisin kriteerein menestyneiksi luokiteltujen keskipohjalaisten yritysten internetsivuja ja yritysten niissä esiin tuomia ja korostamia asioita olemisessaan ja toiminnassaan. Keskityn tutkimaan internetsivujen tekstimuotoista sisältöä, jota analysoin retorisen metodin avulla. Teksteistä tunnistamieni diskurssien ja niissä rakentuvien identiteettien perusteella teen johtopäätöksiä yritysten maakunnalle ja sen identiteetille tarjoamista mahdollisuuksista. Diskurssianalyttisen tutkimusperinteen mukaisesti pyrin läpi koko tutkimuksen sekä refleктоimaan omaa tapaani tehdä tutkimusta ja ajatteleni kehittymistä tutkimuksen kuluessa että tiedostamaan, kirjoittamaan auki ja kyseenalaistamaan omat lähtökohtani, oletukseni ja aineistosta tekemäni johtopäätökset.

Aiheen taustoittamiseksi ja alueita koskevien puhetapojen näkyväksi tekemiseksi käytän kautta tutkimusraportin pääasiassa sanomalehdistä poimittuja tekstikatkelmia esimerkkeinä niin aluepuhunnasta yleensä kuin erityisesti Keski-Pohjanmaata koskevasta ja Keski-Pohjanmaalla käydystä keskustelusta. Pyrin samalla tutustuttamaan lukijan alueita koskeviin valtdiskursseihin eli siihen, millaista keskustelua alueista, maakunnista ja maaseudusta on käyty ja käydään. Pyrin samalla niin ikään havainnollistamaan ja perustelemaan valitsemiäni metodologiaa ja valottamaan sen merkitystä tavalleni tarttua aiheeseen.

1.4 Tutkimuksen rakenne

Tutkimus rakentuu yhdeksästä luvusta, jotka on mahdollista hahmottaa kolmena erillisenä kokonaisuutena. Luvut 1 ja 2 muodostavat tutkimuksen johdanto-osuuden, jossa perustelen niin tutkimusaiheen valintaa kuin tutkimuksen viitekehystäkin. ”Johdannoksi” nimeämässäni luvussa 1 esittelen tutkimuskysymykset ja niiden perustelut. Luvussa 2 esittelen erilaisia näkökulmia Keski-Pohjanmaan maakuntaan ja niiden mahdollistamia maakunnalle mahdollisia, vaihtoehtoisia identiteettejä. Samalla konkretisoin kielen merkitystä erilaisten todellisuuskäsitysten konstruoijana. Kahden ensimmäisen luvun tavoitteena on toisin sanoen aiheen ja tutkimuksen esittelyn ohella saada lukija kiinnostumaan sekä valitusta aiheesta että konstruktionistisen lähestymistavan tarjoamista mahdollisuuksista Keski-Pohjanmaan identiteetin rakentamiseen.

Luvut 3–6 muodostavat tutkimuksen teoreettisen osan. Luvussa 3 esittelen tutkimustani ohjaavaa diskurssianalyttistä metodologiaa. Valitun viitekehysten merkityksen ja samalla alue- ja Keski-Pohjanmaata koskevien valtakurssien havainnollistamiseksi sijoittelen edellä kuvatusti tekstin lomaan esimerkkejä mainittuja diskursseja tuottavasta keskustelusta. Metodologian esittelyn ohessa esittelen myös tutkimuksessa käytetyn aineiston ja sen valinnan perusteet. Luvussa 4 esittelen yritysten tekstien analysoinnissa käyttämäni potterilaisen retorisen analyysin ja avaan myös itse metodia lähinnä maakuntapuheesta ja -keskustelusta poimimieni käytännön esimerkein. Luvussa 5 puolestaan avaan erilaisia näkökulmia hyvinvointiin. Luvussa 6 teen yhteenvedon tutkimuksen teoreettisesta osasta.

Luvut 7–9 muodostavat tutkimuksen empiirisen osan aineiston analysoinnista siitä tehtyihin johtopäätöksiin ja koko tutkimusprosessin kokoavaan reflektointiin saakka. Luvussa 7 analysoin keskipohjalaisten pk-yritysten tekstejä retorisen metodin avulla. Pyrin kytkemään teksteistä tekemäni johtopäätökset tiukasti ja näkyvästi siihen tekstikohtaan, josta johtopäätökset on tehty: kutakin päätelmää kohti olen liittänyt tekstiin vähintään yhden mutta useimmiten useita esimerkkejä konkretisoidakseni, kuinka niihin on päädytty. Analysoin sekä sitä, mitä tekstillä tuotetaan, että myös sitä, miten tekstillä tuotetaan – mitä retorisia keinoja yritys milloinkin käyttää ja kenelle se retoriikkansa kohdistaa. Luvussa 8 vastaan tutkimuskysymyksiini edellisessä luvussa tekemäni analyysin pohjalta. Luvussa 9 arvioin vielä koko tutkimusprosessia, nimeän mahdollisia jatkotutkimuksen aiheita ja teen käytännöllisiä johtopäätöksiä yrityksistä maakunnan rakentajina: miten yritysten mahdollisesti tarjoamia resursseja voitaisiin käytännössä hyödyntää?

2 VAIHTOEHTOISET TODELLISUUDET, MONINAISET IDENTITEETIT

2.1 Maailma kielenä, havaintoina ja mielteinä

Tutkimustani keskipohjalaisten yritysten vaikutuksesta ja merkityksestä toimintaympäristössään ja -ympäristölleen motivoi näkemys, jonka mukaan periaatteessa kuka tahansa voi vaikuttaa siihen, millaisena ympäristömme havaitsemme ja miten siihen suhtaudumme. Tätä tapaa mieltää meitä ympäröivä maailma – sosiaalinen todellisuus – kutsutaan konstruktionistiseksi todellisuuskäsitykseksi. Konstruktionistisen näkemyksen mukaan havaintomme ja kokemuksemme todellisuudesta rakentuvat kielessä, puheessa ja vuorovaikutuksessa. Edelleen tapamme puhua meitä ympäröivästä maailmasta ja todellisuudesta vaikuttaa käsityksemme siitä, millainen ympäristömme ja sen tarjoamat mahdollisuudet osallistua ja vaikuttaa ovat ja millainen ilmapiiri siinä vallitsee. Kyse on siis siitä, miten tulkitsemme, näemme ja koemme ympäristömme. En ota tutkimuksessani kantaa siihen, onko havaintojen ”takana” olemassa jokin reaalinen, todellinen, konkreettinen havainnoista riippumaton maailma. Konstruktionismin ohjaamana ajattelen, että emme voi tietää todellista asiantilaa, koska kaikki maailmasta tietämämme perustuu edellä kuvatusti kielessä rakentuviin havaintoihin. Havainnointia ohjaavat kunkin havaitsijan arvomaailma ja havainnoinnin konteksti ja niistä juontuvat käsitykset havainnoitsijaa ympäröivästä sosiaalisesta maailmasta. Yhtä oikeaa todellisuutta tai sitä määrittelevää auktoriteettia ei ole olemassa, vaan kysymys on siitä, kenen tai millaiset käsitykset kulloinkin ovat vallalla ja mistä ja miten sen myötä puhutaan. (Vrt. esim. Guba & Lincoln 1989, 43 & 2005, 212; Burr 1995, 5–8; ks. myös Schwandt 2000, 197–198; vrt. Lincoln 1998a, 15.) Seuraavassa tekstissä rakennan pienen koeasetelman keskipohjalaisista todellisuuksista konkreettisoidakseni tätä tutkimustani ohjaavaa käsitystäni sosiaalisen todellisuuden luonteesta. Kielessä rakentuvan sosiaalisen todellisuuden ideaan palaan myöhemmin tässä luvussa.

2.2 Keskipohjalaiset todellisuudet

2.2.1 Vahva Keski-Pohjanmaa

Keski-Pohjanmaan maakunta on 2000-luvun kuluessa vahvistanut asemiaan niin väestönkehityksen, yritystoiminnan kuin alueen asukkaiden hyvinvoinnin näkökulmasta. Maakunnan myönteinen kehittyminen on omiaan lujittamaan alueen identiteettiä; maakunnassa sanotaan vallitsevan vahva maakuntahenki. Vahvan keskipohjalaisen identiteetin tunnustavat ja tunnistavat myös vaikutusvaltaiset asiantuntijatohot aina Suomen pääministeriä myöten.

...Keski-Pohjanmaa kärkikolmikossa. –Pirkanmaa on menestynyt maakunnista parhaiten viimeksi kuluneen vuoden aikana, jos maakuntia vertaillaan liikevaihdon, työllisyyden kasvun ja väestökehityksen perusteella. Kokonaisuudessaan viime vuosi ja tämän vuoden alkupuoli ovat olleet maakunnissa varsin myönteisen kehityksen aikaa. Sisäministeriön suhdannekehitysraportin mukaan Pirkanmaan lisäksi Itä-Uusimaa, Keski-Pohjanmaa ja Pohjois-Pohjanmaa ovat kehittyneet mukavasti...
Keskipohjanmaa-lehti 6.9.2005

–Meillä on joidenkin maakuntien kohdalla ollut kriittistä keskustelua. En ole Keski-Pohjanmaan osalta tällaista keskustelua vähään aikaan kuullut. Ratkaisevaa on se, että maakunnat itse pystyvät osoittamaan menestyksensä. Maakunnan toiminnan on oltava sellaista, että sillä on olemassaolon oikeutus. Keski-Pohjanmaa on onnistunut minun silmissäni erittäin hyvin, pääministeri [Vanhanen] täsmensi. ...Keski-Pohjanmaalla on vahva identiteetti ...Niillä maakunnilla, jotka ovat selvästi osoittaneet tarpeellisuutensa ja onnistuneet tehtäviensä hoidossa, on myös elämisen oikeutus.
Keskipohjanmaa-lehti 24.5.2005

Maakunnan väkimäärä on hiljalleen kasvanut pieniä, tilapäisiä notkahduksia lukuun ottamatta. Alueen elinvoimaisuudesta kertookin vahvan identiteetin ohella monen asiantuntijan suulla se, että alueelle muuttaa väkeä muualta ja lapsia syntyy väkimäärään suhteutettuna muuta maata vilkkaampaan tahtiin ja että maakunnassa eletään terveinä, onnellisina ja pitkään. Elinvoimaisuutta vahvistaa entisestään alueen asukkaiden aktiivisuus, yritteliäisyys ja itsellisyyskin. Maakunnan asujaimisto on myös alkanut entistä enemmän luottaa ja uskoa itseensä toimintaympäristönsä, oman maakuntansa, mahdollisuuksien ja elinvoiman rakentajina.

...Keskipohjalainen ei ole keskivertoihminen. ...Tilastokeskuksen pääjohtaja Heli Jeskanen-Sundström kertoo virastonsa tietojen mukaan, että Keski-Pohjanmaalla eletään pitkään, kohtuullisen terveinä ja ilmeisen onnellisina. Elinajan odotteet ovat sekä miehillä että naisilla kaksi vuotta korkeammat kuin suomalaisilla keskimäärin. – Itsemurhia tehdään vähemmän ja etenkin syöpäkuolleisuus on vähäisempää kuin muualla Suomessa. Naisten hedelmällisyys on korkea ja väestö uusiutuu täällä vielä luontaista tietä, toisin kuin useissa muissa Suomen maakunnissa, ...Väestön ikärakenne on täällä kuitenkin edelleen suotuisa tuotannon ja hyvinvoinnin kasvattamiseen. Muuttoliike vähentää väkeä, mutta väestön ikärakenteisiin nähden alueen muuttotappiot eivät ole mitenkään dramaattisia, ja lisäksi ne ovat parina viime vuotena lieventyneet. ...Myös aktiivinen yrittäminen lukeutuu tilastotietojen mukaan Keski-Pohjanmaan vahvuuksiin. Yrittäjiä ja etenkin maatalousyrittäjiä on Keski-Pohjanmaalla runsaasti koko maan keskiarvoon verrattuna. Tässä heijastuu väestön

pyrkimys itsellisyyteen, mutta myös kyky työskennellä yhdessä yhteisten päämäärien hyväksi. -Yrittäjyyden taustalla ovat vahvat perinteet ja myös alueen vahva kulttuuritausta...

Keskipohjanmaa-lehti 24.5.2006

...Vähitellen alueen asukkaille on kuitenkin valjennut, että muiden antaman tuen varassa maakunta ei nouse koskaan. Taannoin tehdyt tärkeät koulutusratkaisut tuottavat jo tulosta. Yrityselämä on elpynyt...

Keskipohjanmaa-lehti, pääkirjoitus 6.7.2005

Keski-Pohjanmaan väestö kasvaa yli ennusteen. ...Todellinen kehitys kuitenkin yllätti positiivisesti - jo vuonna 2005 maakunnan ja kummankin seutukunnan väestönkehitys oli parempaa, kuin "rohkeaksi" arvioidussa maakunnan kasvuskenaariossa; Kokkolan seutukunnan väkiluku oli kääntynyt kasvuun, ja Kaustisen seutukunnan väkiluku heitti yhdellä ihmisellä positiiviseen suuntaan liiton tekemästä ennusteesta.

Keskipohjanmaa-lehti, 9.12.2006

Keskipohjalaisilla yrityksillä menee hyvin. Suurella osalla alueella toimivista yrityksistä talous on vakaalla pohjalla ja toiminta kannattaa ja kantaa itsensä. Taloudellisin tunnusluvuin mitattuna keskipohjalaisyrietykset ovat ainakin 2000-luvulla menestyneet myös valtakunnallisissa eri maakuntien yritysten välisissä vertailuissa muutamana vuonna jopa erinomaisesti. Myös toimialoittain vertailtuna ne pärjäsivät vertailussa hyvin. Toki väliin mahtuu pari heikompaakin vuotta.

Keski-Pohjanmaa kasvoi. -Keski-Pohjanmaan yritysten liikevaihdot kasvoivat Tilastokeskuksen Asiakaskohtaisen suhdannepalvelun mukaan tämän vuoden tammikuun kesäkuussa peräti 16,4 prosenttia. Se on komea luku. Se nimittäin ylitti yli kymmenellä prosenttiyksiköllä koko maan keskiarvon. Viime vuodesta maakunnan yritysten kasvuvauhti kiihtyi reippaasti. Vuoden 2003 alkupuolella kasvu oli alle kolme prosenttia, mutta loppuvuodesta kasvu alkoi nopeutua. ...Viime keväästä suhdannenäkymätkin ovat Keski-Pohjanmaalla parantuneet, ja kasvuhakuisten pk-yritysten osuus on hieman kasvanut, kertoo Suomen Yrittäjien ja Finnveran tämänyksyinen suhdanneraportti... Keskipohjalaisien yritysten kasvu, kannattavuus ja vakavaraisuus olivat viime vuonna huippuluokkaa. Niiden kaikki tunnuslukumittarit ovat analyysiyhtiö Balance Consultingin mukaan parempia kuin koko maassa keskimäärin. Maakunnan yritykset ovat 55 prosenttiin omavaraisuudellaan maan vakavaraisimpia...

Kauppalehti 8.11.2004

...Balance Consultingin toimitusjohtaja Jorma Raike luonnehtiikin keskipohjalaisyrietyksiä maan aateliin. ...suomalaisyrietysten kokonaiskunto on parantunut jatkuvasti viime vuosina ja varsinkin Keski-Pohjanmaalla. Nyt 60 prosenttia meidän tietokannassamme olevasta 12 000 yrityksestä saa vähintään B+-luokituksen eli niiden tilannetta kuvataan hyväksi. Keskipohjalaisyrietyksistä samaan luokkaan yltää 66 prosenttia yrityksistä. ...Keski-Pohjanmaalla kasvuluvut ovat olleet tuplasti muuta maata parempia. Valtakunnallisestihan yritysten kasvuluvut ovat tällä vuosituhannella laskeneet. ...

Keskipohjanmaa-lehti 8.3.2005

Keski-Pohjanmaalla päästiin kasvun makuun. -Harvinaisen laihan vuoden jälkeen Keski-Pohjanmaan yritykset pääsivät tämän vuoden ensimmäisellä puoliskolla huiimaan vauhtiin. Maakunnan kaikkien toimialojen liikevaihto kasvoi peräti 12,3 prosenttia verrattuna edellisen vuoden vastaavaan ajanjaksoon. Keski-Pohjanmaalla siis ylitettiin koko maan kasvunopeus yhdellä prosenttiyksiköllä. ...teollisuudessa koko maassa on päästy 11,3 prosentin kasvuvauhtiin, mutta Keski-Pohjanmaalla vastaava luku oli 18,3 prosenttia. ...Teollisuus on myös maakunnan merkittävin toimiala, joka

synnyttää 40 prosenttia koko Keski-Pohjanmaan liikevaihdosta. Vastaava tilanne on myös rakennusalalla, jossa vuonna 2005 liikevaihto laihtui 2,7 prosenttia, mutta nyt ollaan lähes maan keskiarvossa 9,6 prosentin liikevaihdon kasvulla. Myös palvelualan yritysten liikevaihto on kasvanut maakunnassa hyvin ja ylittää selvästi koko maan keskiarvon. Palvelualojen liikevaihto parani 9,9 prosenttia, kun koko maassa yllettiin seitsemän prosentin kasvuun. Ainoastaan kaupan alalla maakunnassa jäätiin selvästi koko Suomen kehityksestä. Liikevaihto kasvoi tämän vuoden ensimmäisellä puoliskolla vain 3,1 prosenttia koko maan vastaavan keskiarvon oltua 9,3 prosenttia. Toimiala on 37 prosentin osuudella liikevaihdosta maakunnan toiseksi merkittävin, joten asia varmasti vaikutti kokonaistulokseen.
Kauppalehti 30.10.2006

Taloudellisen menestyksen lisäksi yrityksillä on hyvä olla ja toimia alueella aivan kuten maakunnan asukkaillakin. Keskipohjalaisten yrittäjien tulevaisuudennäkymät ovatkin valoisat. Nyt, kun yrityksillä menee hyvin ja ne uskovat tulevaisuuteen, niillä on tarjota työtä ja ne uskaltavat palkata uusia työntekijöitä. Muutamat alat ovat viime vuosina menestyneet ja kasvaneet niin, että ne potevat jo suoranaista pulaa työvoimasta. Tieto siitä, että alueella voidaan hyvin ja siellä on työtä tarjolla, on kuitenkin omiaan tuomaan lisää väkeä maakuntaan ja tukee muutoinkin alueen kaikkinaista kehittymistä.

Keski-Pohjanmaalla ja Kokkolan seudulla tuntuu vallitsevan suhteellisen positiivinen mieliala. Paikalliset yrittäjät kertovat alueen muuttuneen viime vuosien aikana suurin harppauksin parempaan suuntaan, eikä tämän kehityksen uskota aivan heti päättyvän. ...Keski-Pohjanmaan yrittäjien luottavaisuus tulevaisuutta kohtaan tulee hyvin esille myös Suomen Yrittäjien tuoreesta yrittäjäbarometrissa. Sen mukaan joka kolmannes alueen yrittäjistä uskoo suhdanteiden paranevan seuraavan vuoden aikana, ja vain kuudella prosentilla on päinvastainen näkemys. Erityisen hyvät suhdanneodotukset maakunnassa ovat liikevaihdosta, tuotantoinvestoinneista ja tuotantokustannuksista. Myös odotukset henkilöstön määrän suhteen ovat selvästi aiempia tutkimuksia paremmat. Samalla suurimpana kasvun esteenä myös Keski-Pohjanmaalla nähdään juuri työvoiman saatavuus...
Kauppalehti 30.10.2006

[Gigantin toimitusjohtaja] Peter Holm pitää Kokkolaa ympäristöineen yritysmyönteisenä alueena. -Täällä on hyvä yrittää. ...
Keskipohjanmaa-lehti 2.8.2007

Keski-Pohjanmaalla joka toinen yritys ennakoi parempaa. Näkymät hyvät kautta linjan. ...[Suomen yrittäjien ja Finnveran tekemän pk-yritysbarometrin mukaan] keskipohjalaisten pk-yritysten yleiset suhdannenäkymät ovat paremmat kuin koko maan pk-yrityksillä keskimäärin. ...[Keski-Pohjanmaan Yrittäjien toimitusjohtaja Mervi Jokelan mukaan] Monet selvitykset ovat kertoneet, että täällä on huippuyrityksiä. Tuore barometri vahvistaa, että kyse ei ole yksittäisistä yrityksistä vaan laajalla rintamalla suhdanteet ovat kohdallaan. Kuvaavaa on Jokelan mukaan, että yritykset aikovat investoida koneiden ja seinien lisäksi koulutukseen, osaamiseen. Se taas kertoo tulevaisuuden uskosta. -Joillakin aloilla on Keski-Pohjanmaalla pulaa ammattitaitoisesta työvoimasta. Metall- ja veneteollisuuteen palkattaisiin lisää ammattitaitoisia tekijöitä, jos heitä olisi vapaana. ...
Keskipohjanmaa-lehti 1.4.2005

Tiedot muuttovirtojen suunnasta ovat kertoneet, etteivät maan suurimmat kaupungit vedä enää väkeä aiempaan malliin. Kasvusta ovat päässeet osallisiksi etenkin kehyskunnat suurten keskusten ympärillä, mutta myös eräät keskisuuret kaupungit, mukaan lukien Kokkola. -Kaupunkien hierarkiassa Kokkolan seutu on nostettu sisäministeriön kartoituksessa - Rauman seudun ohella - yhtä pykälää ylemmäs, erikoistuneesta teollisuusseudusta maakuntaveturiksi. Ero ei ole pelkkää semantiikkaa. Se

kuvastaa myös alueen tosiasiallista kehitystä, koulutusmahdollisuuksien parantamista ja teollisen pohjan monipuolistumista. Kasvun ja kehityksen kierre on saatu lupaavaan alkuun. ...Keskisuuret ja pienemmätkin keskukset voivat kehittyä muita paremmin, jos pystyvät hyvään alueelliseen yhteistyöhön ja ennakkoluuloista vapaaseen uusien ideoiden kehittämiseen ja hyödyntämiseen. Tähän kannattaa henkiset ja aineelliset voimavarat suunnata myös omalla alueellamme.
Keskipojanmaa-lehti, pääkirjoitus 26.3.2006

...Erinomainen [väkiluvun] kehitys johtuu osaksi hyvästä työpaikkakehityksestä ja siitä johtuvasta muuttotappion pienenemisestä, osittain vanhusväestön ennakoitua nopeammin alentuneesta kuolleisuudesta. ...
Keskipojanmaa-lehti 9.12.2006

Yrittäminen ja kaupankäynti ovatkin jo vanhastaan maakunnan tunnusmerkkejä. Ne ovat myös olleet ja ovat edelleen sen vaurauden ja elinvoiman tae. Alueella on totuttu liikkumaan ja kauppaa käymään niin omassa maakunnassa kuin sen ulkopuolellakin. Yksi, ei suinkaan vähäinen alueen menestystä ja hyvinvointia turvaava rakenteellinen tekijä on hyvät, toimivat liikenneyhteydet, jotka yllä kuvatun totumuksen ohella lyhentävät välimatkoja.

[Keski-Pohjanmaan maakunnan] suurin kaupunki on Pohjanlahden rannalla sijaitseva noin 36 000 asukkaan Kokkola. Toisen seutukunnan keskuksessa, Kaustisissa, asuu noin 6 000 ihmistä. Aikoinaan maakunta oli tunnettu tervanpoltosta, laivanrakennuksesta ja kaupankäynnistä, jotka vaurastuttivat aluetta. Pienen maakunnan menestykseen vaikuttavat muun muassa hyvät satama- ja liikenneyhteydet.
Kauppalehti 30.10.2006

2.2.2 Vähäverinen, häilyvä Keski-Pohjanmaa

Keski-Pohjanmaan tulevaisuudennäkymät ovat melko synkät. Huolimatta maakunnan veturiksi nimetyn ”pääkaupunki” Kokkolan hyvästä väestö- ja työpaikkakehityksestä suurimmassa osassa maakunnan kuntia väki vähenee. Keski-Pohjanmaan maakunta on jo entuudestaan väkimäärältään pienin Suomen maakunnista, Ahvenanmaata lukuun ottamatta, ja väkiluvun kehityksen suunta on maakuntaa kokonaisuudessaan ajatellen huolestuttava. Alueen asukkaat ovat myös huonosti koulutettuja. Sen ja vähäväkisyysyden lisäksi syrjäinen sijainti tuo omat ongelmansa alueelle.

Kokkolan imu ei auta ongelmakuntia. ...Viime vuosina virkistyneen Kokkolan elinvoima elvyttää lähinnä rajanaapureita, mutta tuskin avittaa enää jokilaaksojen latvakuntia. -Kaustisen seutukunnan seitsemän pitäjää ovat menettäneet kymmenessä vuodessa 2214 henkeä. ...[Kaustisen seutukunnan] asukasluvu kasvoi lamaan asti, mutta talouden elpymisen myötä alkoi nuorten pako kasvukeskuksiin. Nykyisellään seutukunnassa on väkeä vähemmän kuin neljännesvuosisata sitten. ...Kun kymmenen vuoden vertailuun otetaan koko Keskipohjanmaa[lehde]n levikkialue, 28 kaupungista ja kunnasta väki on lisääntynyt vain neljässä. ...Toiveita herättää tieto työpaikoista. Niiden määrä kasvoi [Keski-Pohjanmaan liiton projektipäällikkö] Hyvösen mukaan Keski-Pohjanmaalla 3,88 prosenttia vuosina 2000–2003. Projektipäällikkö pitää lukua huippusaavutuksena, kun valtakunnallinen keskiarvo jäi 1,55:een.
Keskipojanmaa -lehti 5.9.2005

...Jos sisäministeriön raportojia on uskomisen, [Keski-Pohjanmaan] alue on myös sivussa: seudun potentiaalinen saavutettavuus on heikko. ...
Keskipojanmaa-lehti, pääkirjoitus 26.3.2006

Muuttotappioiden ja väen vanhenemisen lisäksi maakunnan pitkään tavoitteleman ja viimein 90-luvulla saavuttaman itsenäisen hallinnollisen aseman oikeutus on jo paljon ennen itsenäistymistä herättänyt epäilyksiä, eikä se edellenkään ole kiveen kirjoitettu.

...Keski-Pohjanmaan hallintohistorian valossa viittaukset pitkään, jopa 1300-luvulta alkavaan, historiaan tuntuvat vahvasti mystifioiduilta. Alueellisesti [Kustaa] Vilkun tutkimuksissa [maakunnan perustana] mainittuja voutikuntia ei voida pitää Keski-Pohjanmaan nykymaakunnan perustana. On myös muistettava, että hallinnollisesti voutikuntalaitos edusti valtion paikallishallintoa, eikä siihen sisällynyt itsehallinnollista elementtiä. Lisäksi alkuperäistä maakuntaitsehallintoa on voinut olla vain alueilla, joilla oli pysyvää asutusta ennen kirkon ja valtion hallinnon tuloa. Keski-Pohjanmaan asuttaminen jatkui aina 1700-luvun alkuun saakka; siinä vaiheessa olivat kirkko ja valtio tavalla tai toisella hallinneet aluetta jo vuosisatoja. Yksityisen ihmisen kannalta katsottuna maakuntatietoisuuden (maaseutuhenki) kehittyminen on pitkän historiallisen prosessin tulos. Maakuntien hahmottuminen ihmisille alkoi oppineiston keskuudesta 1600- ja 1700-luvuilla opiskelijoiden maakunnallisen järjestäytymisen kautta. Saloheimo (1984, 140) toteaa (sit. Paasi 1986, 60), että tavalliselle ihmiselle maakuntayhteisö ei tuolloin vielä mitenkään jäsentynyt: kylä, pitäjä, kihlakunta ja tuomiokunta olivat ne aluetasot, joiden puitteissa käytännölliset ja viralliset tehtävät hoituivat. (Hirvonen 1989, 69.)

Maakunnan olemassaolo uhattuna? –Vaasan yliopiston dosentti Anita Niemi-Iilahti laittaisi nykyiset aluehallinnon pirstaloituneet rakenteet täysin uusiksi. Hän lisäisi maakuntien valtaa muun muassa sulauttamalla niiden liittoihin valtion työvoima- ja elinkeinokeskukset. Näin EU:n ja kansalliset resurssit ohjautuisivat suoraan maakunnan kehittämistyöhön. ...Dosentin ajatukset tuntuivat viehättävän kuulijakuntaa. Toisaalta Niemi-Iilahti esitti myös, että maakuntien määriä voitaisiin tarkistaa. – Meillä on muutamia pieniä maakuntia, joita olisi mahdollista yhdistää. ... Keskipohjanmaa-lehti 3.10.2003

Keski-Pohjanmaan hallinnollinen itsenäisyys ei olekaan itsestäänselvyys tilanetta maakunnan ulkopuolelta katsovissa aluehallinnon suunnittelusta ja kehittämisestä vastaavissa asiantuntijapiireissä. Vakiintuneena tai edes tavoiteltavana asiana sitä eivät pidä edes kaikki nykyisen Keski-Pohjanmaan maakunnan asukkaatkaan. Maakunta identifioituukin hajanaiseksi ja tempoilevaksi sekä varsin riitaisaksi alueeksi. Maakunnan hallintoviranomaiset joutuvat tämän tästä puolustautumaan maakunnan olemassaolon oikeutusta kyseenalaistavia eri tahoilta tulevia hyökkäyksiä vastaan sen sijaan, että ne voisivat täysipainoisesti keskittyä maakunnan kehittämiseen ja sen toimintaedellytysten turvaamiseen. Keskustelu alueen legitimaatiosta roihahti jälleen syksyllä 2006 Keskipohjanmaa-lehdessä sisäministeriön erikoistutkija Janne Antikaisen puhallettua hiillokseen:

Maakuntaremontti ovella. –Sisäasianministeriön erikoistutkija Janne Antikaisen mukaan maakuntien rajat voidaan hyvin piirtää uudestaan jo seuraavalla hallituskaudella ...mutta tällä hetkellä on voimakkaita intressejä maakuntajaon uusimiselle. Tulevaisuuskaatsauksessa ei ole mainittuna muuta kuin Itä-Uudenmaan ja Uudenmaan tilanne. Vaikkei sitä ole kirjattukaan, Keski-Pohjanmaan maakunta lienee maakuntaremontissa liipaisimella ensimmäisten joukossa, Antikainen sanoo. Keskipohjanmaa-lehti 4.10.2006

Maakuntajako uusiksi. ...Pohjanmaan repiminen viime maakuntajaossa väellä ja voimalla erilaisten kapea-alaisten intohimojen ja eduntavoittelun vuoksi oli alueelli-

sesti suuri virhe. Tätä osoittavat monet tämän hetken kansalaisten erilaiset tarpeet mm. yhteydenpidon, kulkuyhteyksien ja palvelujen saannin osalta. ...Tosiasiat pohjalaisten perinteisestä yhteenkuulumisesta unohdettiin ja haudattiin päätöksellä jakaa Pohjanmaa väkisin. Esimerkiksi nykyinen tynkä Keski-Pohjanmaa-maakunta on vain pieni osa historiallisesta yhteen kuuluneesta juridis-hallinnollisesta ja eri alojen kulttuurillisesta toiminta-alueesta. ..

Jussi Isotalo, Kälviä; Keskipohjanmaa-lehti, mielipide 7.10.2006

K-P:n asema on vakaa. ...Antikaisen Keskipohjanmaan (Kp 4.10.) uutisoimat heitot innostivat eläinlääkäri Jussi Isotalon tohtoroimaan (Kp 7.10. mielipide) kolme pohjalaista maakuntaa yhteisen maakuntajaon alle. ...Myös Keski-Pohjanmaan asema on tänään vakaa, vakaampi kuin kenties kertaakaan sitten vaikean vuoden 1997. Tuona vuonnahan maakuntaa koeteltiin. Hyvin toiminut itsenäinen valtion aluehallinto menetettiin. ...Alueellisesti tärkein - oma maakunta - on ollut kaiken aikaa turvassa. Keski-Pohjanmaan maakuntajohtaja Altti Seikkula; Keskipohjanmaa-lehti, mielipide 7.10.2006

Veitsi K-P:n kurkulla. ...K-P:n maakunnan rajojen ja identiteetin hahmottamismuutos, jota tekeillä oleva kuntauudistus vielä kärjistää. ...Peruskysymys kuuluu, kuinka monen kunnan yhteenliittymä tarvitsee oman maakuntahallinnon? Ja jatkokysymys, vaikuttaako kuntien määrän radikaali vähentäminen maakuntajakoon? ...Kunta- ja palvelurakennemuutoksessa ratkaisevaksi tekijäksi nostettiin kuntien asukasluku. ...sapluunaa soveltamalla K-P:n vanhan Vaasan läänin puoleiseen osaan jää jäljelle ehkä 2-3 kuntaa, joidenkin mielestä yksikin riittäisi. En ihmettele ollenkaan, jos sisäasiainministeriö haluaisi selvittää, pitääkö kuntamääränsä puolesta turhaksi muuttuva maakunta laittaa remonttiin. ...

Harri Mäki-Petäjä, Kannus; Keskipohjanmaa-lehti, mielipide 4.11.2006

Keski-Pohjanmaan maakunnan olemassaolo tai hallinnollisesti itsenäisen Keski-Pohjanmaan tarpeellisuus onkin kyseenalaistettu monenlaisin varsin pätevilä vaikuttavin perusteluin. Toisaalta itsenäisen maakunnan olemassaoloa ja tarpeellisuutta on niin ikään voitu perustella pätevästi; pientä kokoa on toisinaan pidetty jopa maakunnan etuna. Enimmäkseen siitä kuitenkin ajatellaan olevan haittaa.

K-P:n asema on vakaa. ...Kunnalliseen itsehallintoon tukeutuva maakunta ja sen pohjalta luotu maakuntajako tarjoaa välineet omaehtoiseen kehittämistyöhön. Samalla se antaa paikan niissä pöydissä, joissa asioihin vaikutetaan. ...

Maakuntajohtaja Altti Seikkula; Keskipohjanmaa-lehti, mielipide 7.10.2006

Omaa maakuntaa tarvitaan. -Keski-Pohjanmaan liiton kehittämispäällikkö Kaj Lyyski ei ymmärrä, miksi nykyinen maakuntajako olisi romutettava. Hänen mukaansa oman maakuntastatuksen säilyminen ja sen vahvistaminen on Keski-Pohjanmaalla tulevaisuudessakin välttämätöntä. -Vuoden alusta voimaan tullut aluekehittämislaki lisää varoja kehitystyöhön, mutta oma päätösvalta pitäisi saada vahvemmaksi. Naapurimaakunnissa toimivat hallintoviranomaiset eivät voi käyttää Keski-Pohjanmaalle osoitettuja varoja, mutta voivat hankaloittaa niiden käyttöä. -Itsenäisenä maakuntana meillä on myös tuoli niissä ministeriöissä, joissa päätöksiä tehdään. Jos tuo tuoli puuttuisi, olisimme vain osa isompaa maakuntaa tai seutukunta. Lyyski pitää Keski-Pohjanmaata sopivan kokoisena ja ketteränä maakuntana. -Pystymme sopeutumaan ja reagoimaan nopeasti uusiinkin tilanteisiin. Toisaalta rajat on Keski-Pohjanmaalla tehty aina ylitettäväksi.

Keskipohjanmaa-lehti 29.1.2007

Ahtaat maakuntarajat. ...Mitä suurempi perhe, sen parempi palvelu perheessä. ...Edellytyksemme omatoimiseen kehittämistyöhön kärsivät pienuuden tuomasta resurssipulasta. Meidän olisi luotava riittävän vahvat ja monipuoliset kehitysedellytykset Keski-Pohjanmaan palveluvarustukselle ja kulttuurille itsemme vuoksi.

Jussi Isotalo, keskipohjalainen; Keskipohjanmaa-lehti, mielipide 15.10.2006

Maakunnan identiteetin epämääräisyyttä lisää ja sen yhtenäisyyttä syö maakunnallisen itsehallinnon tarkoituksenmukaisuuden kyseenalaistamisen lisäksi alueella käyty keskustelu ja kiistelykin myös siitä, mihin suuntaan hallinnollista ja muuta yhteistyötä olisi ensisijaisesti viriteltävä – vahvistetaanko suhteita länteen/etelään vai pohjoiseen. Vauhtia keskustelulle ovat parina viime vuotena antaneet muutamat sisäministeriön kannanotot maakunnallisen itsehallinnon vahvistamisesta ja siihen kytketystä lääninjaon tai -rajojen muuttamisesta.

Oulun läänin pinta-ala laajenemassa. ...Sisäministeriöstä on kuitenkin jo väläytelty mahdollisuutta siirtää Länsi-Suomen läänistä pohjoisosa Oulun lääniin. Samaan aikaan Keski-Pohjanmaalla on voimistuvaa hytinää siihen suuntaan, että maakunta vaihtaisi läänin, vaikka ruotsinkielinen rannikkoväestö haraa yhä vastaan.
Kaleva 17.1.2005

Keskustelua syytä jatkaa. –Jo vanhan lääninjaon aikana osassa Keski-Pohjanmaata mietittiin, olisiko edullisempaa kuulua Oulun kuin Vaasan lääniin. Nykytilanteessa siirtoa halutaan laajasti kaikissa muissa kunnissa paitsi Kokkolassa. ...
Kaleva 18.1.2005

Mielipiteensä suuntautumisesta lausuu myös sisäministeriön erikoistutkija:

Maakuntaremontti ovella. ...Keski-Pohjanmaalle luonteva suunta esimerkiksi Kokkolan ja Pietarsaaren yhteistyön myötä olisi Pohjanmaan liitto, mutta toisaalta EU:n tavoiteohjelmissa Keski-Pohjanmaa suuntautuu pohjoiseen, [sisäministeriön erikoistutkija] Antikainen pohtii.
Keskipohjanmaa-lehti 4.10.2006

Itsenäisestä asemasta huolimatta Keski-Pohjanmaalta on 90-luvun puolivälin jälkeen lopetettu erilaisia valtion piirihallinnon toimipisteitä. Keski-Pohjanmaan voi maakunnallisen sanomalehden toimittajan tavoin todeta olevan tässä mielessä hyvässä asemassa muihin maakuntiin verrattuna (Keskipohjanmaa-lehti 6.7.2005): maakunnalla ei tällä saralla ole mitään menetettävää, koska kaikki on jo viety. Maakunnan itsetuntoa, jos sellaisesta edes voidaan puhua, menetykset kuitenkin nakertavat. Itsenäinen asema on, jos mahdollista, itse asiassa entisestään haurastuttanut jo valmiiksi hajanaista identiteettiä ja vaikuttanut alueen tunnettuuteen ja tunnistettavuuteen.

Ja itse kukin tunsimme olevamme pohjalaisia. ...Nyt identiteettimme on hämärtynyt [kun vanha Vaasan lääni on pilkottu kolmeksi erilliseksi maakunnaksi]...
Paavo Pulkkinen; Keskipohjanmaa-lehti, mielipide 10.10.2006

2.3 Maailma kielenä – maailma diskursseina

2.3.1 Mikä diskurssi?

Kielellä voi edellä kuvatusti leikkiä ja rakennella erilaisia kokeellisia todellisuuksia. Useimmiten kielessä rakentuvassa todellisuudessa ei kuitenkaan ole kysymys pelkästään leikistä. Marshakin (1998) sanoja mukaillen kielen avulla paitsi kommunikoidaan ja kuvataan todellisuutta myös luodaan, ylläpidetään, muokataan ja testataan toiminnan merkityksiä; toimintaa tulkitaan ja se saa merkityksensä kielen välityksellä. Jokisen ym. (1993, 27) mukaan kielen käytössä syntyvistä merkityksistä rakentuu merkityssysteemejä, joita he kuvaavat ”verrattain eheiksi säännönmukaisten merkityssuhteiden systeemeiksi, jotka rakentuvat sosiaalisissa käytännöissä ja samalla *rakentavat sosiaalista todellisuutta*” (kursivointi kirjoittajan). Parker (1992, 5) nimittää näitä Jokisen ym. (emt.) merkitysten kokonaisuuksiksi nimeämiä systeemejä diskursseiksi. Diskurssit paitsi tuottavat, muokkaavat ja uusintavat sekä jäsentävät sosiaalista todellisuutta ovat samalla itse osa sitä (Jokinen ym. 1993, 18, 27; vrt. Berger & Luckmann 1995, 30; Phillips & Hardy 2004, 2–3; vrt. Billig 1991, 41). Foucaultia (Rajanti 2006) lainaten diskurssit puuttuvat käsin kosketeltavaan todellisuuteen ja organisoivat sitä (vrt. Gabriel 1998, 93–94) – kuten esimerkiksi edellä rakentamalla Keski-Pohjanmaata elinvoimaisena, vahvana maakuntana tai peräti tarpeettomana hallinnollisena alueena ja ”erehdyksenä”.

Diskurssit rakentuvat siis itsekkin historiallisesti ja muuntuvat jatkuvasti intertekstuaalisesti eli kommunikoidessaan muiden tekstien ja synnyttämiensä diskurssien kanssa. Keenoy ja Oswickin (2004, 138) sanoin diskursseissa on läsnä ja niihin vaikuttaa se, mitä aiemmin on tapahtunut, mitä parhaillaan tapahtuu ja mitä ennakoitaan tapahtuvaksi (vrt. Jokinen ym. 1993, 60 – 63; Phillips & Hardy 2004, 4–5; ks. myös esim. Billig 1991, 2, 8–9). Diskursseista voidaan puhua erilaisina näkökulmina maailmaan ja sen aineellisiin, henkisiin ja sosiaalisiin prosesseihin, suhteisiin ja rakenteisiin (ks. mm. Fairclough 2005, 124; vrt. Keenoy & Oswick 2004, 137 ja Guba & Lincoln 1989, 43). Vaikka diskurssien siis periaatteessa voidaankin ajatella luovan järjestystä ja mielekkyyttä havaitsemaamme todellisuuteen (Jokinen ym. 1993, 17), yhtäaikaisesti vallitsee kuitenkin useita, keskenään mahdollisesti ristiriitaisiakin sosiaalisia todellisuuksia. Ne juontuvat rinnakkaisista, toisiaan täydentävistä ja keskenään kilpailevista toimijoiden maailmaa eri tavoin jäsentävistä diskursseista (vrt. esim. Guba & Lincoln 2005, 211; ks. myös Jokinen ym. 1993, 24; Potter & Wetherell 1987, 146–157; Parker 1992, 22; Fairclough 1992, 64) – kuten edellä kuvatessani erilaisia keskipohjalaisia todellisuuksia. Keski-Pohjanmaan osalta asia tiivistyy seuraavassa esimerkkiparissa:

Keski-Pohjanmaalla päästiin kasvun makuun. –Teollisuus huimassa nosteessa heikon vuoden jälkeen. ...Maakunnan kaikkien toimialojen liikevaihto kasvoi peräti 12,3 prosenttia verrattuna edellisen vuoden [2004] vastaavaan ajanjaksoon. –Keski-Pohjanmaalla siis ylitettiin koko maan kasvunopeus yhdellä prosenttiyksiköllä ...
Kauppalehti 30.10.2006

--

Keski-Pohjanmaan kaikissa kunnissa työkäisiä alle koko maan keskiarvon. Syntyvyys ei elvytä, ellei ole työtä. –Muuttovoitto ja asukasluvun kasvu Kokkolassa virkistävät lähivuosina rajanaapureita eli Kälviää, Lohtajaa ja Luotoa, mutta tuskin paljon muita. Maakuntakeskuksen menestyksestä ei riitä voimaa katkaisemaan väestöhävikkiä ainakaan Perhon- ja Lestijokilaakson latvoilta. –Erityisesti kato riivaa Kaustisen seutukuntaa. ...Kuolleisuus on ylittänyt syntyvyyden tänä vuonna seitsemän ensimmäisen kuukauden aikana kuudessa kunnassa 28:sta. Tilanteen tosin ennustetaan heikkenevän, sillä suurimmat ikäluokat ovat jo eläkeiän kynnyksellä. ...Nykyisellään seutukunnassa on väkeä vähemmän kuin neljännesvuosisata sitten. –Vuoden 1980 raja on jo alitettu...

Keskipohjanmaa-lehti 5.9.2005

Molemmissa kuvauksissa esiin tuodut asia ovat ”totta”. Keski-Pohjanmaa vuonna 2005 voidaan perustellusti tuottaa sekä kehittyvänä ja elinvoimaisena että taantuvana alueena. Toisistaan poikkeavat kuvaukset syntyvät siitä, keitä kuvaajat ovat, mikä heille on tärkeää ja mihin he sen vuoksi kertomuksensa perustavat – mikä heidän näkökulmastaan on arvokas ja tärkeä arvioinnin kriteeri. Liikemaaailman käsittein ja näkökulmasta alueella meni hyvin – väestönkehityksen näkökulmasta maakuntaa tarkkailevien mielestä vähän huonommin.

Myös asiayhteydellä on merkitystä puheen saamille merkityksille. Diskurssit saavat merkityksensä kontekstissaan eli suhteessa tuottamiseensa, leviytymiseensä ja käyttämiseensä. Tällä tarkoitetaan sitä, että siinä kuin maailma rakentuu erilaisten diskurssien muokkaamana, samalla puheella ja toiminnalla voi myös olla useita, keskenään mahdollisesti ristiriitaisiakin merkityksiä – samanlaista kielen käytön tapaa tai toimintaa tulkitaan eri tavoin eri tilanteissa. Sanojen ja sanontojen merkitykset vaihtelevat sekä lauseyhteyden että puhujan mukaan: turkis on toimeentulon lähde, lämmöneriste tai murhaa, ja joskus se on ollut myös maksuväline. Myös tilanteella on merkitystä: nyrkkeilykehässä vasen suora saa eri merkityksen kuin jääkiekkokaukalossa; piikki käsivarteen voidaan mieltää narkomaniana, sairauksien ehkäisyä tai – piikitettävän iästä riippuen – silkkana kiusantekona. Todellisuus onkin aina jollakin tavoin väritettyä: sitä tarkastellaan ja siitä puhutaan aina jostakin näkökulmasta ja näkökulman luomista ennakoasenteista ja -oletuksista eli kontekstista käsin. Jo erilaiset äänensävyt antavat periaatteessa samansisältöiselle ilmaisulle erilaisia merkityksiä. (Vrt. Sherzer 1987, 295–296; Phillips & Brown 1993, 1550–1552; vrt. Phillips & Hardy 2004, 3–4; vrt. Burr 1995, 3–4; Fairclough 1992, 77, 123, 186; ks. Jokinen ym. 1993, 29–36; vrt. Billig 1991, 127.) Eri tilanteissa puhujilta myös odotetaan erilaisia puheen tapoja: tieteellisessä tutkimusraportissa käytetään useimmiten erilaista kieltä ja ilmauksia kuin omissa päiväkirjamerkinnöissä, ja työhaastattelussa puhutaan eri tavoin kuin kahvitauolla työpäivän lomassa (vrt. Perelman 1996, 20–26 ja kohdeyleisöt; vrt. myös Burke 1969, 70 & Billig 1991, 113).

Diskurssit saavat meidät puhumaan jostakin asiasta sillä tavoin kuin puhumme (Rajanti 2006; ks. Foucault) ja usein myös pitämään erilaisia asioita itsestään selvinä, luonnollisina ja kyseenalaistamattominakin sekä muita näkemymiä vaientavina totuuksina. Kielemme ja käyttämämme käsitteet ovat täynnä tällaisia *institutionalisoituneita* oletuksia. Meitä ympäröivässä maailmassa

vallitseekin muutamia hallitsevia diskursseja, jotka ohjaavat tapaamme tehdä havaintoja, puhua ja toimia. Usein nämä ajattelua ohjaavat diskurssit ovat niin itsestään selviä ja arkipäiväistyneitä, että niiden kyseenalaistaminen tai kyseenalaistamisen mahdollisuuskin jää huomaamatta. Diskurssit saattavat siis aivan tarkoituksetta ja huomaamattamme rajoittaa tai ohjata tapojamme toimia. Niiden muokkaamasta maailmasta rakenteineen on tullut reaalityodellisuutta – leikkistä on tullut totta. (Vrt. mm. Phillips & Hardy 2002, 2, 84–86; vrt. Jokinen ym. 1993, 29; Billig 1991, 41.)

Kyseenalaistamattomien ja siksi ajatteluamme kahlitsevien *dominoivien*, joskus hegemonisiksi nimettyjen, *diskurssien* varaan rakentuukin usein varsin yksiulotteinen kuva yhteiskunnasta ja maailmasta. Maguire (2004, 114–115), viitaten Bijkeriin (1995), toteaa näiden dominoivien diskurssien käytännössä määrävän, mitkä ongelmat tai puheenaiheet ovat hyväksyttäviä, miten asioista puhutaan ja mitkä ratkaisuvaihtoehdot ovat sallittuja missäkin tilanteessa. Aivan yhdentekevää ei siis ainakaan konstruktionistisesta näkökulmasta ole se, kuinka ja mistä puhumme, kun puhumme Keski-Pohjanmaasta. Oma tapamme mieltää ympäröivä todellisuutemme ohjaa niin ajatteluamme, valintojamme kuin toimintaammekin – ja ympäristössämme havaitsemiamme toiminnan mahdollisuuksia.

Esimerkiksi kilpailukyvyyn merkityksellisyydestä ja kasvusta kilpailukyvyyn edellytyksenä on tullut tällaisia mantran kaltaisia hokemia, joiden sisältöä tai oikeutusta ei liiemmästi eritellä tai kyseenalaisteta. Nämä dominoivat käsitteet ja diskurssit dominoivat muun muassa Tilastokeskuksen pääjohtajan juhlasitelmässä Keski-Pohjanmaan liiton juhlaseminaarissa:

Tiedon ja informaation kasvava rooli tuotannontekijänä on laajalti tunnustettu ja tunnustettu. Talouden kasvututkimuksista on jo pitemmän aikaa voinut vetää sen johtopäätöksen, että oleellisin asia nykyaikaisessa liike-elämässä on aineeton tieto ja osaaminen. Myös erilaisissa kilpailukyky- ja globalisaatioraporteissa vanhoja teollisuusmaita patistetaan siirtymään tieto- ja innovaatiokeskeiseen kehitysvaiheeseen. Pääjohtaja Heli Jeskanen-Sundström, Tilastokeskus. Ote puheesta Keski-Pohjanmaan liiton juhlaseminaarissa Kokkolassa 23.5.2005

Institutionalisoituminen ja valta kietoutuvat olennaisesti toisiinsa. Diskurssien vallalla voidaan tarkoittaa niiden edellä kuvattua tahatonta toimintaamme ohjaavaa vaikutusta. Erilaisten puheenparsien tai puhetapojen institutionalisoinnista eli dominoivien diskurssien rakentumisesta ja rakentamisesta voidaan kuitenkin tarkastella ja analysoida myös tavoitteellisena prosessina (ks. mm. Phillips & Hardy 2002, 14–15; vrt. Clegg 1989, 84–85; vrt. Brown 2004, 95–112; Grant & Hardy 2004, 7). Diskursseja ajatellaan silloin käytettävän aktiivisesti vallan välineenä: valta ja vallassa olevat ryhmät ruokkivat etujensa kannalta suotuisia diskursseja, käyttävät niitä taktisena välineenä yhteiskunnassa vallitsevien perusoletuksien ja itsestään selvinä pidettyjen asiantilojen ja totuuksien muokkaamiseksi haluamaansa suuntaan ja vahvistavat samalla itseään (ks. Gioia 1998, 28–29; vrt. Grant & Hardy 2004, 5–13; vrt. Rajanti 2006, ks. Foucault; vrt. myös Burrell & Morgan 1979; ks. myös Clegg 1989, 127). Fairclough (2005) puhuu diskurssien genreistä, joita valtaapitävät muokkaavat ja valitsevat sen mu-

kaan, mitä tavoittelevat. Kysymys voi olla esimerkiksi siitä, kenen näkemyksille annetaan tilaa tiedotusvälineissä. Leikki voi siis olla diskursseista joskus aika kaukanakin.

2.3.2 Diskurssien kyseenalaistamisen merkitys

Vallitseviin näkemyksiin on mahdollista vaikuttaa ja niitä muokata aivan samalla tavoin ja samoin keinoin kuin niitä nyt ylläpidämme. Käsitteiden merkitystä jossakin tietystä (puhe)tilanteesta ja niiden käytännön vaikutuksia toimintaan ja ajatteluun voidaan pyrkiä avaamaan kyseenalaistamalla niitä. (Vrt. Burrell & Morgan 1979; ks. esim. Phillips & Hardy 2002, 14–15; 84–86; vrt. Clegg 1989, 84–85; Parker 1992, 17–20.) Tekemällä tällä tavoin näkyväksi ajatteluamme ja toimintaamme hallitsevia itsestäänselvyyksiä – kritisoimalla olemassa olevia käsityksiä ja näkemyksiä todellisuudesta – voidaan samalla tunnistaa ja tehdä näkyväksi jossakin yhteisössä vallitsevaa sosiaalista kontrollia sekä yhteisön vallankäyttöä ja sen vallankäyttäjiä.

Edellisessä alaluvussa esimerkkinä olleen Jeskanen-Sundströmin puheenvuoron tiimoilta voisi esimerkiksi kysyä, kuka tai mikä taho on tunnustanut, tunnistanut ja laatinut kasvututkimuksia tai muita tekstissä mainittuja raportteja, miettien samalla, mitä/kenen muita näkökulmia voisi olla olemassa, ja miksi ja millä näissä tutkimuksissa perustellaan kilpailukyvyn ja globalisaation tavoiteltavuutta, niin ikään muita näkökulmia asiaan hakien. Edelleen voisi kysyä, mitä kilpailukyky konkreettisesti tarkoittaa, ja mitä teollisuusmaiden käytännössä tulisi tehdä, jotta niiden voisi sanoa siirtyneen tieto- ja innovaatiokeskeiseen kehitysvaiheeseen.

Ajankohtainen esimerkki näkökulmien eroista ja niiden vaikutuksesta keskustelun äänenpainoihin ja väittämiin on kiistely yliopistojen roolista, tehtävistä ja resurssoinnista Suomen ja suomalaisten elinvoiman ja tulevaisuuden turvaamiseksi. Antti Hautamäki kirjoittaa Suomen Kuvalehdessä 32/2007, kuinka kansainvälisen kilpailukyvyn tärkeänä tekijänä pidetään yleisesti huippuyliopistoja ja totesi huippuyliopistojen puolestaan vaativan tuontiälyä: ”Suomessa ei riitä lahjakkuuksia huippuyliopiston pohjaksi. Katseet on käännettävä ulkomaille.” Jarkko Vesikansa puolestaan kirjoittaa seuraavan viikon Suomen Kuvalehdessä, kuinka

Meitä huiputetaan! ...Kiihkoilu tieteen kansainvälisistä ranking-pisteistä on jättämässä varjoon Suomea koskevan, kotimaisilla kielillä kirjoitetun tutkimuksen. Kuitenkin kansallista tiedettä tarvitaan. Se varmistaa, että suomalaisilla on taju yhteiskunnastaan ja kulttuurista, vaikkapa työttömyyden syistä tai Stasin toiminnasta 1970-luvun Suomessa. Tällainen tutkimus kiinnostaa muitakin kuin suppeaa kansainvälistä tiede-eliittiä. Yksisilmäisellä huippututkimusajattelulla rakennetaan norsunluutorneja, joiden vertaisia ei ole nähty. ... [...kansainvälisistä rankingeista vapaa tiede...] turvaa osaltaan yhteiskunnan elinvoimaisuuden...

Kyseenalaistamalla molempien kirjoittajien näkemyksiä samaan tapaan kuin tilastokeskuksen pääjohtajan puhetta voidaan päästä kiinni siihen, miksi asiasta puhutaan niin kuin puhutaan: kenen etua niissä asetettujen tai julkituotavien varsin ristikkäisten tavoitteiden mukainen toiminta kulloinkin palvelisi?

Valta- ja intressikysymysten selvittämisen sijaan pidän kuitenkin tässä tutkimuksessa tärkeämpänä tehdä näkyväksi sitä, kuinka dominoivat diskurssit vaikuttavat käsityksiimme keskipohjalaisen todellisuuden tarjoamista toiminnan ja valinnan mahdollisuuksista ja sen vetoimastakin ja kuinka itse rakennamme ja uusinnamme niitä. Jos Keski-Pohjanmaa tuntuu meistä energiseltä ja elinvoimaiselta maakunnalta, toiminnan vaihtoehdot ja mahdollisuudet näyttävät konstruktionismin oppien mukaan erilaisilta kuin silloin, kun maakunta näyttäytyy väsähtäneenä, tylsänä ja taantuvana takapajulana. (Vrt. mm. Jokinen ym. 1993, 97; Phillips & Hardy 2002, 21.)

Tutkimuksessani tutkin erityisesti keskipohjalaisyriyten tarjoamia mahdollisuuksia ja resursseja Keski-Pohjanmaan maakunnan rakentamiseen. Mahdollisuuksien ja resurssien analysoimiseksi ja niiden näkyväksi tekemiseksi tutkin yritysten diskurssissaan rakentamia ja niille rakentuvia identiteettejä ja viimeksi mainituissa rakentuvaa mahdollista maakuntaa. Konstruktionistista tutkimusotetta ennestään tuntemattomille identiteetin käsitteen käyttäminen tällaisessa yhteydessä voi tuntua sangen oudolta. Ennen tutkimustani ohjaaviin ja sitä kontekstualisoiviin teorioihin paneutumista haluankin avata kielessä konstruoituvan identiteetin ideaa ja merkitystä.

2.4 Konstruoituva identiteetti

Niin kutsutun perinteisen identiteettikäsityksen mukaan identiteetti mielletään toimijan olemuksen ytimeksi, yksilön tai yhteisön keskeiseksi, pysyviksi ja heitä muista erottaviksi ominaisuuksiksi. Perinteinen identiteettikäsitys näyttäisi perustuvan paljolti funktionalistiseen tieteenfilosofiaan ja todellisuuskäsitykseen (vrt. esim. Burrell & Morgan 1979). Esimerkiksi Puusa (2005, 104) määrittelee kyseisen metodologian mukaisesti määritellyn organisaation identiteetin pysyväksi, johdon manipuloitavissa olevaksi sosiaaliseksi faktaksi (ks. Potter & Wetherell 1987, 95–101). Identiteetti on ikään kuin toimijan käyttäytymisen syy tai ”pinnan alla” piilevä toiminnan selittäjä (vrt. esim. Antaki & Widdicombe 1998, 2; Widdicombe 1998b, 191). Paljastamalla tämä olemuksen ydin uskotaan voitavan ennustaa toimijan käyttäytymistä sekä kehittymisen ja kehittämisen mahdollisuuksia.

Tähän näkemykseen identiteetistä perustuvat mielestäni esimerkiksi henkilöstön rekrytoinnin tukena usein käytetyt henkilöarvioinnit, joiden avulla mitataan tehtävään ehdolla olevien kandidaattien persoonallisuutta ja kykyjä – sopivuutta – johonkin tiettyyn työtehtävään (vrt. esim. Billig 1991, 36). Yrityksistä puheen ollen erilaiset strategiset analyysit voidaan nähdäkseni tietyllä tapaa rinnastaa henkilöarviointeihin; niiden avulla pyritään tunnistamaan muun muassa yritysten toimintaan vaikuttavia ja sitä ohjaavia yritystä (ja myös sen toimintaympäristöä) kuvaavia ominaisuuksia. Esimerkiksi SWOT -analyysillä pyritään tekemään näkyväksi yrityksen vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia: yrityksen toiminnan vahvoja kohtia, kipupisteitä ja

kehittämistä vaativia kohteita. Moni yritys myös ääneen nimeää strategisissa teksteissään toimintaansa ohjaavia arvoja tai toiminta-ajatuksia – puhuvatpa jotkut yritykset missiostakin eli olemassaolonsa tarkoituksesta itseään kuvataksseen. Niin henkilöarvioinnit, SWOT- ja muut vastaavat analyysit kuin toiminta-ajatuksset ja missiotkin viittaavat tai pitävät mielestäni sisällään ajatuksen jonkinlaisesta toimijan olemuksen testin ja analyysin löydettävissä olevasta ytimestä, joka määrää sen toimintaa.

Konstruktionistisesta näkökulmasta toimijan identiteetti siinä kuin sosiaalinen todellisuuskin, jonka osa identiteetti on, tuotetaan ja ylläpidetään arkisessa kielenkäytössä, jokapäiväisessä toiminnassa ja puheessa (esim. Antaki & Widdicombe 1998, 1-2; McKinlay & Dunnett 1998, 46; ks. myös Jokinen ym. 1999, 68; ks. myös Widdicombe 1998b, 197-198; Edwards 1998, 18). Konstruktionistit ovatkin Potterin ja Wetherellin (1987, 101-104) mukaan (minän) olemuksen erittelemisen sijaan kiinnostuneita sen rakentamisen ja rakentumisen prosesseista. Käytännössä identiteettien rakentuminen tarkoittaa, että arvioimme ja luokittelemme toimijoita sen perusteella, mitä ne meille itsestään kertovat tai miten itsensä kategorisoivat teoissaan tai puheissaan (ks. Edwards 1998, 17) – kuten kasvokkaisessa keskustelussa, kirjoitetuin tekstein, kertomuksin ja kuvin (vrt. esim. Grant, Keenoy & Oswick 1998, 2; ks. myös Keenoy & Oswick 2004, 135). Puheen avulla voimme myös pyrkiä muokkaamaan, selittämään ja tarkentamaan jo syntyneitä käsityksiä. Identiteetin rakentuminen voi siten olla tavoitteellinen prosessi (vrt. tavoitteelliset diskurssit) (esim. McKinlay & Dunnett 1998, 48-50). Kielellä sen käyttäjä voi rakentaa itselleen useita tilanteen ja asiayhteyden kannalta relevantteja, joskus keskenään ristiriitaisiakin toimijuuksia eli identiteettejä (Jokinen ym. 1993, 37-41; vrt. Wooffitt & Clark 1998b, 111).

Konstruktionistit eivät ajattele kielen ja sillä tuotettujen erilaisten toimijuuksien taakse kätkeytyvän mitään toimijan ”todellista laatua” tai ”olemusta” niin, että jokin toiminnassa ja puheessa rakentuvista identiteeteistä olisi todellisempi tai oikeampi kuin toinen. Olemus rakentuu kielessä ja kieltä käyttämällä, ja kukin kielessä syntynyt toimijuus on yhtä aito ja todellinen omassa kontekstissaan kuin joku toinenkin. Tutkijalla ei itse asiassa edes ole pääsyä itse todellisuuteen (reality), oli sellainen olemassa tai ei, vaan ainoastaan niihin kielessä syntyviin merkityksiin, joilla todellisuutta luodaan ja tehdään ymmärrettäväksi. Hän ei arvioi tai ole kiinnostunut puhujan esittämien väittämien totuudellisuudesta sinänsä tai siitä, miten tarkasti kuvaus vastaa todellisuutta tai vastaako kenties lainkaan. Tutkija tutkii erilaisten toimijuuksien diskursiivista tuottamista – millaisia identiteettejä puheessa tavoitellaan ja tuotetaan. (Ks. esim. Burr 1995, 5-6 & 1998; vrt. Potter 1996, 97-98; vrt. myös esim. Guba & Lincoln 2005, 212 sekä Schwandt 2000, 197-198; vrt. myös Lincoln 1998a, 15; vrt. Billig 1991, 9-14.)

Seuraavassa tekstikatkelmassa Keski-Pohjanmaan maakunta rakentuu muun muassa kaksinapaisena alueena kaksine elinkeinorakenteeltaan erilaisine seutukuntineen, niin teollistuneena kuin maaseutu- ja kulttuurimaakuntana ja vielä viihtyisänä, hyvinvoivana asuinalueenakin. Huomautettakoon, että tämä tulkinta ja sen pohjalta edellä nimetyt identiteetit on tarkoitettu pelkäsi esi-

merkiksi identiteettien rakentumisen mahdollisuuksista kielessä, joten tämä ”pikakategorisointi” ei kestäne tarkempaa tieteellistä tarkastelua.

[Keski-Pohjanmaan] Alueen seutukunnat ovat elinkeinorakenteeltaan erilaisia. Kokkolan seutukunta on monipuolinen ja sen menestys perustuu moneen toimialaan. Vaikka pk-teollisuuden merkitys esim. nahka- ja vaatetusteollisuudessa on pienentynyt on sen alueellinen merkitys suurempi kuin maassa keskimäärin. Tähän ja vahvaan erikoistumiseen pohjautuu myös alueen tuleva menestys. ...Kaustisen seutukunta on elinkeinorakenteeltaan Suomen alkutuotantovaltaisimpia. Alkutuotannon osuus työpaikoista on 28 %, jalostuksen osuus 21 % ja palveluiden osuus 45 %. Maatalousyrityksiä seutukunnassa on 1 062 kpl kevään 2002 tilaston mukaan. ...Seutukunnan alueella oli toimivia yrityksiä (pl. maatalousyritykset) vuoden 2000 lopussa 968 kappaletta, kun yritysten määrä vuotta aikaisemmin oli 948. Yritykset ovat pääosin pienyrityksiä, joista ns. mikroyritysten osuus oli suurin. Keskeisimmät ja voimakkaimmin viime vuosina kasvaneet teolliset toimialat ovat metalli-, puu- ja tietoteollisuuden toimialalta. Lukumääräisesti suurin työpaikkojen lisääntyminen on tapahtunut terveydenhuollon- ja sosiaalipalvelujen, teollisuuden ja rakentamisen aloilla. ...Keski-Pohjanmaan maakunta on tunnettu kulttuuristaan. Sen tunnusomaisia piirteitä ovat muun muassa vahva musiikkikulttuuri, juureva ja vuosisatainen pelimanniperinne, elinvoimainen käsityöperinne ja tunnetut kulttuuritapahtumat. Myös kuvataiteiden alueella maakuntamme on menestynyt hyvin. Keski-Pohjanmaan alueella muita kulttuurin erityispiirteitä ovat muun muassa ruotsinkielisen kulttuurin vahvuus sekä laaja-alainen kulttuurin harrastustoiminta. ...5.4. Hyvinvoinnin, kulttuurin ja hyvän ympäristön maakunta. -Keski-Pohjanmaan palvelurakenne ja palveluiden taso kuuluu maan korkeimpiin. Keskeiset hyvinvointipalvelut tuotetaan edullisesti, mutta laadusta tinkimättä. Tutkimusten mukaan sairastavuus Keski-Pohjanmaalla on alhaista ja odotettavissa oleva elinikä pisin tai toiseksi pisin koko maassa. Myös alkoholin ja huumeiden käyttö on vähäistä. Sosiaalinen eheys ja yhteisvastuu ovat täällä arvossa. Ihmisistä pidetään huolta. ...5.6. Väestökehityksen kääntäminen nousuun. ...Alueen osaamistason nousun myötä, nykyisten ja uusien yritysten tarjoamien korkeatasoisten työpaikkojen avulla, hyvät liikenneyhteydet sekä hyvinvointipalvelut (laadukas päivähoito, kieli-, matemaattisia aineita jne. painotettava perusopetus, hyvät terveys- ja sairaanhoitopalvelut, monipuolisia asumisvaihtoehtoja, hyvät harrastusmahdollisuudet, puhdas, kaunis luonto) turvaten, voimme taata nykyisten asukkaiden viihtyvyyden ja lisätä alueen vetovoimaisuutta.

Keski-Pohjanmaan maakuntaohjelma 2003-2006

Toiminnassa siis voi konstruoida useita identiteettejä; osa niistä on levossa, mutta ne saattavat olla myös yhtäaikaisesti aktiivisia. Juuri identiteettien joustavuus, monilukuisuus ja vaihdettavuus mahdollistavat vastavuoroisen, tavoitteellisen kanssakäymisen eri ihmisten ja yhteisöjen kesken. Toimijalla on konstruktionistien mukaan mahdollisuus vaikuttaa ja valitakin, minkä vaikutelman se haluaa itsestään antaa. Tästä puhutaan myöhemmin vuorovaikutuksen retorisuutena. (Vrt. mm. Zimmerman 1998, 91-94, 105; Greatbatch & Dingwall 1998, 121-132; McKinlay & Dunnett 1998, 47-49; Widdicombe 1998b, 197.) Kaikki mahdolliset identiteetit eivät kuitenkaan kaikissa tilanteissa ole yhtä käypä. Vuorovaikutuksessa rakentuva ja sitä muokkaava sosiaalinen todellisuus vaikuttaa siihen, millaiset identiteetit ovat mahdollisia ja miten ja millaisia identiteettejä rakennetaan tai voidaan rakentaa. Meidän voitaisiin oikeastaan sanoa rakentavan itse määrittelymme rajoja sosiaalista todellisuutta rakentaessamme (vrt. Widdicombe 1998b, 197-201; ks. myös Zimmerman 1998, 87-105). Identiteetit valikoituvat kussakin tilanteessa vuorovaikutuksen osapuolten, niin ”lähtäjän” kuin ”vastaanottajankin”, tärkeinä pitämien seikkojen perusteella (vrt. Edwards 1998, 17-19; Wooffitt & Clark 1998, 111).

Esimerkiksi organisaation strategisista teksteistä (mainokset, vuosikertomukset) tunnistettavat diskursiiviset kokonaisuudet vastaavat kysymykseen minä tai millaisena organisaatio haluaa tulla nähdyksi eli millaiseksi se itsensä haluaa rakentaa, ja miksi se on olemassa eli mikä on sen toiminnan ydin ja tarkoitus. Valitsemallaan puheen ja toiminnan tavalla organisaatio voi rakentaa, ylläpitää, muokata ja suojella tavoittelemaansa käsitystä ja vaikutelmaa.

Koska identiteetin rakentuminen on vuorovaikutteinen prosessi, lopulliset tulkinnat ja toiminnan vaikutukset eivät kuitenkaan täysin ole kunkin toimijan itsensä hallittavissa. Vuorovaikutuksen muiden osapuolten kulloinkin relevantteina pitämät identiteetit ja niiden tulkinnat ja luokittelut vaikuttavat siihen, millaiseksi kokemukset lopulta muokkautuvat. Tulkinnat muokkaavat edelleen toimijan omaa identiteettiä tämän havainnoidessa tekemäänsä vaikutusta ja ohjatussa käyttäytymistään sen mukaan saavuttaakseen haluamansa tavoitteen. (Ks. mm. McKinlay & Dunnett 1998, 49; Wooffitt & Clark 1998, 108; Edwards 1998, 15–33.) Laupias samarialainen voi toisin sanoen samanaikaisesti rakentua toisesta näkökulmasta keinoja kaihtamattomana kyynärpäätaktikkona. Esimerkkinä tästä voisi mainita vaikkapa niin kutsutut kettutyöt, jotka turkiseläimiä vapauttaessaan yhdestä näkökulmasta toimivat eläinten puolesta ja toisesta turmelevat häikäilemättä tarhaajien toimeentulon mahdollisuuksia ja elämäntyötäkin (vrt. Jokinen ym. 1993, 50–59). Keski-Pohjanmaan maakuntaohjelmasta edellä lainatun tekstin perusteella moninainen Keski-Pohjanmaa on mahdollista tulkita moniarvoiseksi, monenlaista toimintaa sallivaksi ja ruokkivaksi alueeksi, mutta saman kuvauksen perusteella sitä on mahdollista myös moittia hajanaiseksi ja ehkä hieman ahdasmieliseksi seuduksi. Tulkitsijan relevantteina pitämät tekijät ohjaavat tulkintaa.

Näkökulmia ja siten tulkintoja voi olla yhtä paljon kuin tulkitsijoita. Sen myötä vuorovaikutuksen osapuolten odotukset ja vaatimuksetkin – niiden oikeudet ja velvollisuudet – vaihtelevat niin eri tilanteissa kuin saman vuorovaikutusprosessin kuluessakin (vrt. Wooffitt & Clark 1998, 110–111; Antaki & Widdicombe 1998, 4–11). Joskus ulkopuolisten tekemä, toimijan omien tavoitteiden kannalta epäolennaisiin seikkoihin perustuva kategorisointi, yleistykset ja ylimalkaiset määrittelyt ja tulkinnat saattavat sekä ruokkia ennakkoluuloja ja -asenteita että aiheuttaa väärinkäsityksiä ja hankaloittaa tavoitteellista vuorovaikutusta (vrt. Widdicombe 1998a, 54–70; vrt. myös Jokinen ym. 1993, 52–59). Yhteisön sisälläkin voi periaatteessa vallita useita sosiaalisia todellisuuksia ja käsityksiä omasta identiteetistä, jotka ohjaavat tulkintoja ja niiden kannalta relevantteina pidettyjen seikkojen havaitsemista hieman eri tavoin. Identiteettien rakentaminen, valitseminen ja torjuminen on luovaa ja joskus hyvinkin ennakkoimatonta toimintaa, ja niiden rakentuminen on toisinaan yllätyksellistä (ks. esim. Jokinen ym. 1993, 54). Edellä kuvattu pätee myös yritysten toimintaympäristöihin: Keski-Pohjanmaa ja keskipohjalaisten yritysten toimintaympäristö voidaan samoihin ”tosiasioihin” perustuen määritellä hajanaiseksi tai moniarvoiseksi tai, kuten aiemmissa esimerkeissä, eläväksi tai taantuvaksi alueeksi. Se, mistä ja miten puhutaan, muokkaa alueen identiteettejä luvussa 2.2 esitetyllä tavalla.

Joskus voi käydä myös niin, että toimijan oma kategorisointi ei arkiymmärryksen perusteella "istu" toimijaan tai määreet tuntuvat asiayhteydessä vierailta tai keinotekoisilta (vrt. Widdicombe 1998a, 54–70; vrt. myös Jokinen ym. 1993, 52–59). Esimerkkinä tästä voisi olla vuonna 2004 vellonut paviaanikeskustelu. Pääkaupunkiseutulainen mainostoimisto kampanjoi tuolloin näkyvästi tappotuomion saaneiden Korkeasaaren paviaanien puolesta. Kampanjan herättämän julkisen keskustelun ja kummastelunkin vuoksi se perusteli myöhemmin toimiaan yhteiskuntavastuun osoituksena. Puolustautuminen kuitenkin lisäsi bensaa liekkeihin: sitä seuranneessa keskustelussa ja mielipidekirjoittelussa yrityksen motiivit kyseenalaistettiin melko voimakkaasti samoin kuin paviaanien puolustaminen mainostoimistolle relevanttina yhteiskuntavastuun kantamisen osoituksena. Dominoivat diskurssit ja niiden rakentama sosiaalinen järjestys asettaa sopivalle tavalle kategorisoitua omat ehtonsa. Kuten edellä on todettu, rakennamme määrittelyn rajoja itse (vrt. Antaki & Widdicombe 1998, 4–11; Widdicombe 1998b, 197–210; Zimmerman 1998, 105).

Toiminnassa konstruoituvista identiteeteistä voidaan puhua eksplisiittisinä ja implisiittisinä identiteetteinä. Eksplisiittiset identiteetit ovat tunnistettavissa suoraan toimijan puheesta ja toiminnasta ja niissä toimijan esiin tuomista asioista – miltä toimija näyttää ja miltä se tai hän haluaa näyttää. Kysymys voi olla myös sosiaalisesta identiteetistä (vanhemmuus, ammatilliset roolit) eli siitä, missä "roolissa" tai tehtävässä toimija kulloinkin toimii. Implisiittiset identiteetit puolestaan ovat niitä asemia tai asemoitumisen tapoja, jotka aktivoituvat näiden näkyvien identiteettien myötä. Ne eivät ole sen enempää todellisia tai "oikeita" kuin eksplisiittisetkään identiteetit. Ne rakentuvat välillisesti toiminnan myötä konstruoituvien eksplisiittisten identiteettien sivutuotteena. Kysymys on eksplisiittisten identiteettien kontekstualisoinnista eli eksplisiittisten identiteettien tarkastelusta jossakin tietyssä yhteydessä ja tilanteessa. (Vrt. Billig 1991, 43; 144–145; 148–149).

Tutkimuksessani pyrin tunnistamaan yrityksille niiden teksteissä rakentuvia ja yritysten itsensä rakentamia eksplisiittisiä ja implisiittisiä identiteettejä. Tutkimuksessa asetetun tehtävän kannalta keskeinen konteksti viimeksi mainittujen tunnistamiseksi on hyvinvoinnin käsite ja sitä koskevat teoriat erilaisine sisältöineen. Yritysten eksplisiittisistä ja implisiittisistä identiteeteistä teen johdopäätöksiä maakunnalle mahdollisista identiteeteistä ja todellisuuksista. Niin yritysten kuin maakunnankin identiteettien rakentamisesta puhun rakentumisen ohella asemoitumisena, identifioitumisena ja kategorisoitumisena.

2.5 Keski-Pohjanmaata etsimässä

Maakunta hallinnollisena alueena on vasta 1990-luvun tuote (vrt. esim. Matti Kalliokoski 2005; vrt. myös Paasi 1986, 56). Manner-Suomi jaettiin 1990-luvun aluehallinnon uudistuksen yhteydessä 19:ään maakuntaan, joilla on oma hallinto määrättyine hallinnollisine tehtävineen. Lopullisen päätöksen valtioneuvosto

teki uudesta maakuntajaosta 1998, ja silloin joukossa oli myös hallinnollisesti itsenäinen Keski-Pohjanmaa. Hallinnolliseen Keski-Pohjanmaahan eli Keski-Pohjanmaan liiton toimialueeseen kuuluu Kokkolan ja Kaustisen seutukunta (12 kuntaa) sekä viisi osajäsenkuntaa: Kruunupyö, Kalajoki, Sievi, Reisjärvi ja Kinnula (Keski-Pohjanmaan maakuntaohjelma 2003-2006). Osajäsenkunnilla tarkoitetaan sellaisia kuntia, joilla on täysjäsenyys jossakin toisessa maakunnassa: Kruunupyö on Pohjanmaan maakunnan ja loput neljä Pohjois-Pohjanmaan maakunnan täysjäseniä. Keski-Pohjanmaata lukuun ottamatta uusiin maakuntiin perustettiin työministeriön, maa- ja metsätalousministeriön ja kauppa- ja teollisuusministeriön alaiset työvoima- ja elinkeinokeskukset valtion paikallishallinnon tarpeisiin. Pitkään tavoiteltu asema itsenäisenä, tunnustettuna maakuntana (vrt. esim. 60-luvun pyrkimykset itsenäiseen Keski-Pohjanmaan lääniin, ks. mm. Hirvonen 1989) saavutettiin alueella siis 90-luvun puolivälin jälkeen, mutta aivan täydellinen tulos ei ollut verrattuna muiden maakuntien tilanteeseen (vrt. Wiirilinna 2002, 90).

Keski-Pohjanmaan maakunta on historiallisin perustein, kuten heimouteen ja alueen asukkaiden kulttuuripiirteisiin tai -eroavuuksiin tai esimerkiksi Ruotsin vallan aikaiseen voutikuntajärjestelmään nojautuen (ks. mm. Hirvonen 1989), määritelty monin toisistaan poikkeavin tavoin. Historialliseksi sanottu Keski-Pohjanmaa on joka tapauksessa minkä määritelmän mukaan tahansa nykyistä hallinnollista maakuntaa laajempi. Viljami Kalliokoski nimeää tältä pohjalta Keski-Pohjanmaaksi alueen, joka ei ole Etelä-Pohjanmaata, Pohjois-Pohjanmaata, Perä-Pohjolaa tai Kainuuta (ks. Kujala 1986, 9). Alueeseen – maakuntaan – kuuluvat Kala-, Lesti- ja Perhonjokilaaksot. Virrankoski (1997, 11) lisää Kalliokosken Keski-Pohjanmaahan Pedersören, Pietarsaaren, Larsmon ja Kruunupyön kunnat. Hänen mukaansa keskipohjalaiseksi lukeutuu usein myös Pyhäjokilaaksossa sijaitseva Pyhäjärven kunta. Vilkuna (1964; ks. Palomäki 1968, 13) puolestaan määrittelee Keski-Pohjanmaaksi Kalajokilaakson, Pyhäjärven kunnan, Väärä-, Lesti-, Lohtajan- ja Kälviän- sekä Perhonjokilaakson mutta jättää jokilaaksojen ruotsinkieliset pitäjät määritelmän ulkopuolelle. Keski-Pohjanmaan maakuntaohjelmassa 2007-2010 puhutaan laajasta Keski-Pohjanmaasta, jonka rakenne perustuu 25 kunnan ja kuntakeskuksen verkostoon.

Keski-Pohjanmaan maakunta siis saavutti edellä kuvatusti itsenäisen hallinnollisen aseman 90-luvun lopulla, vaikka esimerkiksi Keski-Pohjanmaan historiallinen määrittely onkin (ollut) moninaista ja ristiriitaista, ja alueen historialla perusteltua erillisyyttä ja siihen perustuvaa itsenäisyyden tavoittelua on pidetty jossakin määrin kyseenalaisena (ks. esim. Hirvonen 1989). Keskustelu aiheesta ei kuitenkaan ole laantunut itsenäisen aseman saavuttamisen jälkeenkään, eivätkä epäilykset alueen itsenäiseksi hallintoalueekseen erottamisen tarkoituksenmukaisuudesta tai jopa ajatus sen suoranaisesta vahingollisuudesta Keski-Pohjanmaan alueen asujaimistolle ja elinmahdollisuuksille ole ottaneet vaimetakseen. Mainittakoon keskustelun erikoisuutena se, että Keski-Pohjanmaan maakunnan olemassaoloa ja hallinnollisen aseman oikeutusta ja mielekkyyttä kyseenalaistetaan jonkin verran myös maakunnan sisällä. Yksi

kanto legitimaation kaskessa ja maakunnan itsenäisen aseman vastustajille pontta antanut tekijä on ollut jo yllä mainittu alueen jääminen vaille omaa työvoima- ja elinkeinokeskusta maakuntajaon yhteydessä. Tätä on pidetty merkkinä siitä, että valtiovalta ei oikeasti tunnista eikä myöskään tunnusta Keski-Pohjanmaan maakuntaa itsenäiseksi alueeksi huolimatta sen hallinnollisesta statuksesta (vrt. esim. Wiirilinna 2002).

Institutionaalisen aseman merkitystä ei Paasin (1986, 292) mielestä ole kuitenkaan syytä väheksyä: hänen mukaansa alueilla on virallisen hallinnollisen aseman eli institutionalisoitumisen myötä paremmat mahdollisuudet sekä säilyä ihmisten tietoisuudessa että tulla tunnistetuksi. Käytännössä kyse lienee paljolti toimintaresursseista ja rahasta, kuten aluetieteen dosentti, Chydenius-instituutin erikoistutkija Seija Virkkala toteaa Helsingin Sanomien mielipidesivulla 2.12.2004: "...Valtiojohtoisesta aluepolitiikasta siirryttiin 1990-luvulla kehittämissäpolitiikkaan, joka perustuu ohjelmiin ja projekteihin. -Ohjelmia laativat ja toteuttavat valtion aluehallinnon, maakuntien liittojen, kuntien ja kuntayhtymisen lisäksi oppilaitokset ja etujärjestöt. Valtio ei kohdenna resursseja, vaan alueelliset toimijat mobilisoivat erilaisia resursseja, joista merkittävimpiä ovat olleet rakennerahastoresurssit." Pelkästään perinteisiin nojautuvaan aluekokonaisuuteen verrattuna virallisesti tunnustetulla maakunnalla on käytännön valtaa ja vaikuttamisen mahdollisuuksia omassa toimintaympäristössään - mitenkään perinteiden arvoa väheksymättä. Mitä lähempänä päätösvalta on, sitä lähempänä ovat myös alueen kannalta myönteiset päätökset.

Yksi tätä tutkimusta liikkeelle sysänneitä tekijöitä oli tutkijalle hiljalleen syntynyt ristiriitainen vaikutelma Keski-Pohjanmaan maakunnasta, jota konkreettisesti edellä rakentamalla maakuntapuheeseen perustuvia vaihtoehtoisia Keski-Pohjanmaita. Maakuntaa voi sanoa varsin elinvoimaiseksi monestakin näkökulmasta. Koko 2000-luvun ajan alueen yrityksillä on mennyt kohtalaisen hyvin ja maakunnan ihmisetkin voivat (ainakin tilastollisesti) hyvin, työllisyys kasvaa ja työpaikkojen määrä lisääntyy, valtakunnallisesti vertaillen sekä alueen ikärakenne että väestönkehitys ylipäättään on alueen tulevaisuuden kannalta hyvä, ja monen asemansa perusteella vaikutusvaltaisena ja asiantuntijana pidetyn henkilön suullakin maakunnan on sanottu hoitaneen leiviskänsä hyvin. Silti jokin tuntuu olevan vinossa. Maakunnan rajat ovat epämääräiset tai ahtaat tai niitä on liikaa, maakunta kuuluu väärään lääniin ja on osallisena väärissä yhteistyöryhmissä, ja maakunnalta puuttuu oma työvoima- ja elinkeinokeskus. Itse asiassa koko maakunnan tarpeellisuutta pidetään välillä kyseenalaisena ja uhkana on suorastaan alueen lakkauttaminen itsenäisenä kokonaisuutena.

Keski-Pohjanmaa rakentuu näissä diskursseissa häilyvä, eripuraisena alueena, joka ei aina oikein itsekään tiedä, mitä se tavoittelee. Näkemyksineni hajanaisesta, häilyvästä Keski-Pohjanmaasta en ole yksin. Monelle muullekin Keski-Pohjanmaasta syntyvä vaikutelma näyttää olevan häilyvä ja epämääräinen, kuten seuraavista esimerkeistä ja jo aiemmin vähäveristä Keski-Pohjanmaata rakentaneesta kirjoittelusta käy ilmi - sikäli kun alue ylipäättään tunnustetaan, erotetaan omaksi itsenäiseksi kokonaisuudekseen tai sen olemassaolosta tiedetään mitään.

Veitsi K-P:n kurkulla. ...Perusongelma on Keski-Pohjanmaan maakunnan rajojen ja identiteetin hahmottamisongelma, jota tekeillä oleva kuntauudistus vielä kärjistää. ...Jo karttaa katsoessa syntyy sekaannusta, koska lääninraja ei ole yhteneväinen maakuntarajan kanssa. Kun maakuntarajan sisällä vielä viipaloidaan K-P:n liiton jäsenkuntia esittävä kartta varsinaisiin ja edunvalvontajäsenkuntiin, lisääntyy sekaannus entisestään. Lisäksi maakuntaraja poikkeaa vaalipiirirajasta, mikä sekään tuskin selkeyttää tilannetta. ...K-P:n maakunnan tulevaisuuden kannalta kalajokisen kunnallispolitiikan kirjoituksessa pelkkä otsikko "Montako kuntaa P-P:lla tulevaisuudessa?" jo osoittaa, kuinka helposti lääninrajan takana oleva K-P muuttuu Pohjois-Pohjanmaaksi.

Harri Mäki-Petäjä; Keskipohjanmaa-lehti, mielipide 4.11.2006

...Nyt identiteettimme on hämärtynyt [kun vanha Vaasan lääni on pilkottu kolmeksi erilliseksi maakunnaksi], ja tiedotusvälineet sekoilevat usein uutisissaan eivätkä aina tiedä, mistä maakunnasta Pohjanmaalta uutisoivat suomalaisille.

Paavo Pulkkinen; Keskipohjanmaa-lehti, mielipide 10.10.2006

Matti Kalliokoski (2005) on puhunut siitä, kuinka hallintoa koskeva keskustelu usein hallitsee maakunta- tai aluepuhuntaa. Ongelmallista maakunnan kannalta hallintoa koskeva keskustelu ja uutisointi on silloin, jos se valta-asemansa lisäksi välittää vaikutelmaa hajanaisesta, riitaisasta alueesta. Esimerkiksi Keski-Pohjanmaan maakunnan identiteetin väitetty häilyvyys tai hämärtyminen näyttäisikin liittyvän paljolti alueen maantieteelliseen määrittämiseen ja nykyisten hallinnollisten rajojen mielekkyyteen suhteessa historialliseen maakuntaan. Toiseksi, vaikka hallinnosta kerrottaisiin toisenlaiseenkin sävyyn, Kalliokosken (2005) mukaan hallinnolliset muodot, kuten edellisessä luvussa puheena olleet Keski-Pohjanmaan maakunnan hallinnolliset rajat ja niiden määrittely ja merkityksellisyys, eivät useimmiten ole yleisöä kiinnostavia uutisia, sillä hallinto ja siihen liittyvät kysymykset ovat kaukana ihmisten arjesta. Silti ne usein saavat leijonanosan julkisuudesta. Uutisen kiinnostavuus ei sinänsä liene suoraan verrattavissa sen merkittävyyteen, mutta tätä Kalliokoskikaan tuskin tarkoittaa.

Gabriel (1998) puhuu merkityksellisistä tarinoista sellaisina kertomuksina, joissa on juoni, toimijoita ja toimintaa. Myös samastumisen mahdollisuus on tärkeää (vrt. esim. Burke 1969, 19–21; Perelman 1996, 18). Maakuntaa voidaan tarkastella ja tarvittaessa rajatakin Kalliokoskea (2005) mukaillen myös toiminnallisesta näkökulmasta: talouselämään, kulttuuriin ja kansalaisten aktiivisuuteen liittyvänä ja näitä tekijöitä kuvailevana käsitteenä. Toiminnallisuudella voidaan siten viitata milloin kulttuuriin, milloin erilaisiin teknis-taloudellisiin, rationaalisiin seikkoihin (ks. Hirvonen 1989, 31–33). Kansalaisten aktiivisuudella voidaan viitata esimerkiksi erilaisten kansalaisjärjestöjen ja osuustoimintaliikkeiden järjestäytymiseen (ks. Niemelä 1991, 5; ks. myös Paasi 1986, 68–69), harrastamiseen tai muuhun tekemiseen ja yhteiseen toimintaan (vrt. Hirvonen 1989, 37–64). Toiminnalliseen rajaukseen viittaa mielestäni myös Paasi (1986, 55–56) puhuessaan teksteissään talousmaakunnista "funktionaalisen erilaistumisen tuotteena", millä hän käytännössä tarkoittaa "erilaisten keskustointojen vaikutusalueita". Esimerkkinä mieleen tulevat muun muassa lehtien levikialueet, liikennealueet, työssäkäyntialueet sekä kauppojen ja virastojen asiointialueet (ks. myös Paasi emt.).

Tarkoituksenmukaisuus ja yhteistyön sujuvuus ratkaisee mihin päin misäkin tilanteessa käytännössä suuntaudutaan. Jussi Isotalo kirjoittaakin Keskipohjanmaa-lehdessä 7.10.2006, kuinka Keski-Pohjanmaalla on ”monimuotoista kansanmusiikkiperinnettä, kirkollisia liikkeitä yli nykyisten rajojen, nykyiset rajat ylittävää taloudellista ja hallinnollista toimintaa, urheilun ja maanpuolustuksen nykyiset rajat ylittäviä toiminta-alueita sekä monia harrastus- ja vapaaajan toimintapiirejä, jotka eivät asetu nykyisiin ahtaisiin maakuntarajoihin.” Myös Kalliokoski (2005) piirtää Keski-Pohjanmaan rajoja talousalueena tai -maakuntana ja kansalaismaakuntana huomattavasti hallinnollisen maakunnan rajanvetoa vapaammalla kädellä väljemmiksi ja osin limittäisinkin kaarin. Maakunnan ongelmaksikin nimetty historiallista Keski-Pohjanmaata halkova lääninrajakaan ei ole liian leveä ylitettäväksi. Hallinnollisia rajoja ylitellään vaivattomasti, jos se tarpeelliseksi katsotaan. Maakunnan rajojen voisi Kalliokosken näkemykseen nojaten sanoa olevan enemmälti subjektiivinen kokemus ja kuvaannollisesti ilmaisten sijaitsevan lähinnä maakunnan asukkaiden korvien välissä – jos rajoja on lainkaan.

Yhtenäisen kulttuurin näkökulmasta edellä siteeratussa Jussi Isotalon tekstissä on kaikuja vielä Kalliokoskenkin esittämää laajemmasta kulttuurisesta alueesta, jonka Paavo Pulkkinen konkretisoi Keskipohjanmaa-lehdessä 10.10.2006:

Luodaan voimakkaita kuntia ja maakuntia. ...[ex-Vaasan läänin seutukaava]liittoon kuului 57 läänin kuntaa, joissa 432 000 asukasta, joista Keski-Pohjanmaalla 68 000 henkilöä. Liitto oli ainoa koko läänin kattava kuntainliitto. Ja itse kukin tunsimme olevamme pohjalaisia. ...Jo kansakoulusta lähtien kansalaiset osasivat ulkoa maakuntiemme nimet, eikä Pohjanmaa mihinkään ole hävinnyt nuorempien sukupolvien mielestä...

Kuten rajat, myös maakunta ja sen identiteetin rakentuminen voidaan mieltää subjektiiviseksi kokemukseksi. Myönteiset ja kielteiset käsitykset maakunnasta voivat toki perustua hallintoon, mutta ne voivat perustua muuhunkin, jos niin halutaan. Siksi ei ole ollenkaan samantekevää, mitä, miten ja mistä puhutaan. Tätä näkökulmaa toin esiin jo vaihtoehtoisia Keski-Pohjanmaan maakuntia havainnollistaessani. Keskipohjanmaa-lehden pääkirjoituksessa 5.3.2004 asiaa pohdittiin samankaltaisin mieltein:

Yrittäjyys ja koulutus hyvä pohja. -Oulun maaherran Eino Siuruaisen selvitystä tutkimus- ja kehitysrahoituksen alueellisesta hyödyntämisestä voi Keski-Pohjanmaalla lukea kahdesta näkökulmasta. -Yksi näkökulma on katsoa tilastoja, joissa verrataan maakuntien tämänhetkistä tilannetta. Siinä vertailussa Keski-Pohjanmaa on häntäpäässä. Väestökato on ollut jatkuvaa. Maakunta on luovuttanut koulutettua väestöään muualle maahan, vaikka koulutusaste ei muutenkaan ole ollut kovin korkea. Myös tutkimus- ja kehittämistoiminnan menoissa sijoitukset ovat ikävät. Täkäläisissä luvuissa liikutaan yleensä desimaalipilkun väärällä puolella. Koko Suomen t&k-panoksista Keski-Pohjanmaalla käytetään vain 0,2 prosenttia... Keski-Pohjanmaan kohdalla Tekesin rahajakotilastossa voi aistia vain pienen värähdyksen. ...Sama kaava toistuu myös esimerkiksi Keksintösäätiön rahoituksessa. ...Kokonaan toisen näkökulman saa, kun katsoo Siuruaisen raportin osaa, jossa tarkastellaan ...yrittäjyyttä ja koulutusta. Raportin mukaan Keski-Pohjanmaa on ”Suomen parhaimpiin pk-yrittäjyyden alueisiin kuuluva”. Siuruainen käy perusteellisesti läpi Keski-Pohjanmaan yrittäjäjärjestön laatimaa kilpailuohjelmaa. Tässä vertailussa ei täkäläisten tarvitse hävetä. Myös maakunnan osaamisen vahvistuminen saa laajan huomion. Kokkolan yliopistokeskus ja Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu saavat ansait-

semansa tunnustuksen aktiivisesta, yhteistyökykyisestä ja nykyaikaisesta toiminnasta. ...Koko maakunnalla nähdään vahvuuksina kaksikielisyys ja logistinen asema. Nekään eivät kuitenkaan ole automaattisesti vahvuuksia, ellei niitä edistetä ja hyödynnetä. Kaksikielisyys on liian helppo peruste eriseuraisuuteen ja lokeroitumiseen, vaikka esimerkiksi valtionhallinnon alueellistamisvertailuissa kaksikielisyys on jo todettu tšekäläisten valtioksi. ...Siuruaisen raportti vahvistaa käsitystä, että yrittäjyys ja koulutus ovat vahvempi tulevaisuuden turva Keski-Pohjanmaalla kuin hallinto. Hallintoakin toki tarvitaan, mutta sen on nähtävä roolinsa aitojen vahvuuksien tukijana, ei muusta yhteiskunnasta irrallisen valtakamppailun kenttänä.

Tekstikatkelmaan tiivistyy konstruktionismin idea ja sen voima: jos mahdollisesti vallitsevaksikin koettu keskustelu ja puheen tapa huomataan kyseenalaistaa ja lähdetään etsimään ja tarkastelemaan Keski-Pohjanmaata vaikkapa alueen toiminnan ja sen tarjoamien toiminnan mahdollisuuksien näkökulmasta, koko maakunta näyttää aivan toisenlaiselta kuin silloin, kun sitä tarkastellaan esimerkiksi resurssien vastaanottajana tai väestönkehityksen näkökulmasta. Keski-Pohjanmaalle ominaiset, joskus alueen rasitteenakin pidetyt piirteet voivat uusin silmin tarkasteltaessa saada uudenlaisen sävyn (vrt. Jokinen ym. 1993, 101–102 ja diskurssien transformatiivisuus; vrt. Fairclough 1992, 97; ks. myös Lincoln 1998a, 16). Kaksikielisyys ei ole pelkästään hajottava tekijä, vaan sen ansiosta Keski-Pohjanmaa on 2000-luvulla ollut vahvoilla valtion virastojen hajasijoittelusta ki- satessa. Alueen kulttuuri- ja harrastustoiminta ja ihmisten aktiivisuus yleensä- kään ei jääne jälkeen muista maakunnista. Elinkeinorakenteensa puolesta maa- kunnasta, määriteltiin se sitten historiallisin tai muin perustein, voidaan puhua moniarvoisena ja elinvoimaisenakin alueena. Keskipohjalaisessa yritysmaailmas- sa kukkivat monenlaiset kukat, niin vahva maatalous, suurteollisuus kuin erityi- sen rehevä mikro-, pien- ja keskisuuri yrityssektori. Osa viimeksi mainitun sekto- rin yrityksistä myös menestyy ainakin taloudellisin mittarein mitattuna erin- omaisesti. Keskipohjalaiset mikro- ja pk-yritykset toimivat ja pärjäävät riippu- matta siitä, millaiselta niiden toimintaympäristö näyttää tai millaisen vaikutel- man siitä saa ja miten paljon sen hallinnollisesta rakenteesta kiistellään. Ne myös menestyvät ja kasvavat paljon paremmin kuin niiden esimerkiksi maantieteelli- sen sijaintinsa perusteella kaikkien tilastojen ja teorioiden mukaan pitäisi, mistä myös Keskipohjanmaa-lehden pääkirjoituksessa 8.8.2006 huomautetaan.

Passiivisena resurssien vastaanottajana maakunta rakentuu häviäjäksi ja mahdollisesti myös avun tarpeessa tai yksinomaan alueen ulkopuolisesta re- surssoinnista riippuvaiseksi alueeksi ja jonkinlaiseksi muiden kannateltavaksi taloudelliseksi taakaksikin. Näkökulman vaihtaminen tilastoista toimintaan näyttäisi rakentavan paljon positiivisempaa kuvaa maakunnasta ja sen tarjoa- mista mahdollisuuksista – alueen toimintaa koskevissa diskursseissa rakentuu varsin aktiivinen maakunta. Esimerkiksi Kalliokoski (2005) on korostanut toi- minnan merkitystä maakunnan identifioitumisen, tunnettuuden ja tunnistetta- vuudenkin sekä erityisesti sen kiinnostavuuden näkökulmasta (vrt. myös Gab- riel 1998 ja merkitykselliset tarinat). Tutkijana minua kiinnostaakin hallinnollis- ten rajojen tai tilastolukujen sijaan se, mitä Keski-Pohjanmaalla tehdään, miten täällä toimitaan ja mitä toiminnalla tavoitellaan. Kalliokoskea mukailien tarkas- telen maakuntaa talouselämään, kulttuuriin ja kansalaisten toimintaan ja aktii- visuuteen liittyvänä ja sitä kuvailevana käsitteenä.

Yritykset eivät ole kuitenkaan ainoita aktiivisia toimijoita Keski-Pohjanmaalla – miksi valita juuri ne tutkimuksen kohteeksi ja erityisesti hyvinvoinnin näkökulmasta? Tässä luvussa olen tähän mennessä pyrkinyt konkretisoimaan sitä, mikä merkitys alueen hahmottamisella, hahmottumisella ja asemalla ja näitä tekijöitä koskevalla puheella ja puhumisen tavalla on, puhuttiin sitten sen virallisesta (hallinnollisesta) asemoitumisesta tai sen muusta mahdollisesta identifioitumisesta. Luvun lopuksi perustelen vielä, miksi olen valinnut nimenomaan yritykset kaikkien mahdollisten maakunnan toimijoiden joukosta tutkimukseni kohteeksi maakunnan identiteetin rakentajina.

2.6 Yritykset tutkimuksen kohteeksi

2.6.1 Omat intressit

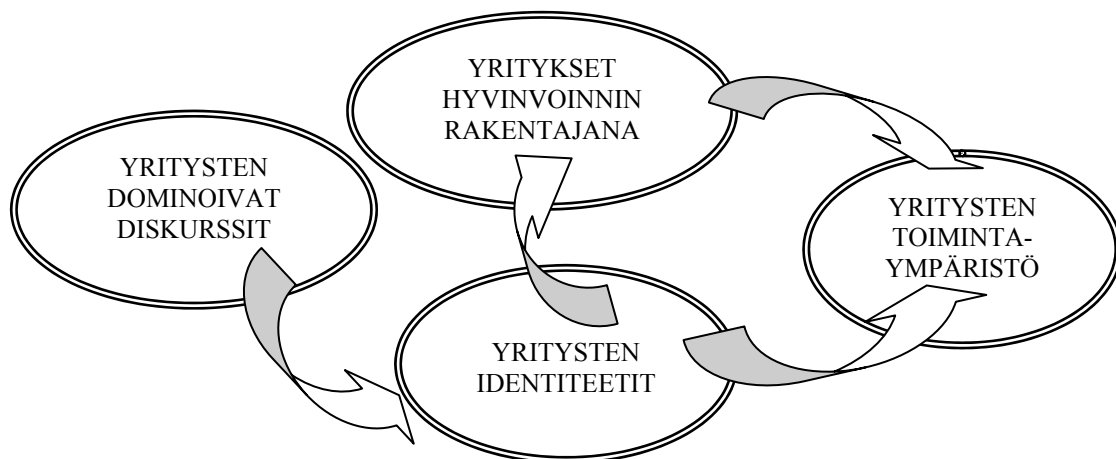
Alkujaan kiinnostuin pk-yritysten alueellisesta merkityksestä seurattessani oman siviilityöni tiimoilta niiden tekemisiä ja toimintaa. Ammatinvalintapsykologina olen päässyt tutustumaan moneen keskipohjalaiseen yritykseen sisältäpäin: olen saanut vierailta useassa yrityksessä ja keskustella monen yrittäjän kanssa yritysten arkisen toiminnan lomassa. Noista keskusteluista ja vierailuista jäi päällimmäiseksi intuitiivinen käsitys jonkinlaisesta tarkemmin määrittelemättömästä ”tekemisen meaningistä” ja toiminnan mutkattomuudesta. Yrittämisellä tavoitellaan toimeentuloa sekä itselle että omalle henkilöstölle – joskus järjestys on päinvastainen – ja siksi toiminnan kannattavuus ja jatkuvuuden turvaaminen on yrityksissä arvossaan. Kiinnostustani keskipohjalaisiin yrityksiin ja niiden toimintatapoihin on kasvattanut niiden välillä erinomainenkin menestys useissa 2000-luvulla tehdyissä valtakunnallisissa yritysten taloudellista menestystä arvioineissa tutkimuksissa. Tämä menestys ja siitä minulle rakentuva kuva maakunnan elinvoimasta ja toiminnan mahdollisuuksista on jossakin määrin ristiriidassa minulle ennestään tutumman maakuntaidentiteetin kanssa, jota luonnehtii edellä kuvattu ”vähäverinen” Keski-Pohjanmaa. Tutustuminen pk-yrityksistä 1990- ja 2000-luvulla tehtyyn, muuhun niiden toimintaa ja toimintatapoja analysoivaan tutkimukseen on vahvistanut yllä mainittua käsitystäni erityisesti tämän kokoluokan yritysten joskus omintakeisiksikin väitetystä toiminnan luonteesta ja motiiveista (ks. esim. Hautamäki 2000; Moore & Spence 2006; Taipainen & Toivio 2004).

Ymmärrykseni yrityksistä muunlaisen kuin taloudellisen hyvän rakentajina ja alueen hyvinvoinnin tuottajina ja mahdollistajina tai ylipäätään alueellisina vaikuttajina perustuukin alun perin johonkin tarkemmin hahmottumattomaan intuitioon niiden näkyvää suuremmasta alueellisesta merkityksestä ja vaikuttamisen mahdollisuuksista – ehkä motivaatiostakin. Pehdyttyäni sekä pk-yrityksistä tehtyyn tutkimukseen alueellisina vaikuttajina ja toimijoina että tarkemmin erilaisiin hyvinvointinäkökemyksiin, joista erityisesti mainittakoon hyvinvoinnin kolme ulottuvuutta ja niiden keskinäiset sidokset ja riippuvuudet (ks.

Allardt 1976), aloin varmistua siitä, että yrityksiä kannattaa tutkia myös muun kuin taloudellisen vaurauden tuottajina. Yritysten vaikuttamista ja sen motiiveja esittelen seuraavassa alaluvussa ja erilaisia hyvinvointinäkökulmia luvussa 5.

Tutkimukseni idea on tehdä näkyväksi keskipohjalaisyriyten vaikutusta ja merkitystä omassa toimintaympäristössään – millaisia identiteettejä niiden diskursseissa niille itselleen rakentuu, ja millaista identiteettiä ne voisivat olla tuottamassa Keski-Pohjanmaan maakuntaan? Tarkastelen yritysten identiteettejä ja niiden rakentamaa toimintaympäristöä erikseen myös hyvinvoinnin näkökulmasta. Identiteettejä rakentavien diskurssien jäljittämiseksi perehdyn tutkimuksessani keskipohjalaisyriyten kotisivuihin. Olen valinnut tutkimukseeni vuosina 2004 ja 2005 taloudellisin kriteerein hyvin menestyneitä Keski-Pohjanmaalla kotipaikkaansa pitäviä tai siellä toimivia yrityksiä. Aineiston valintaa ja rajausta perustelen luvussa 3. Mukaan valitut yritykset mahtuvat kooltaan (niin henkilöstö kuin liikevaihto ja taseen loppusummakin) jotakuinkin pk-yritysten kategoriaan – mukana on myös joitakin mikro- sekä tytär- tai muita suurempiin kokonaisuuksiin kuuluvia yrityksiä tai niiden sivutoimipaikkoja. Tutkin, millaisia asioita keskipohjalaisyriykset korostavat teksteissään ja millaisia dominoivia diskursseja sen perusteella teksteissä on tunnistettavissa. Dominoivien diskurssien perusteella teen johtopäätöksiä yrityksille rakentuvista identiteeteistä. Identiteettien pohjalta teen päätelmiä siitä, miten keskipohjalaisyriykset asemoituvat suhteessa ympäristöönsä sen hyvinvoinnin näkökulmasta ja millaisia tulkintoja Keski-Pohjanmaan maakunnasta keskipohjalaiset yritykset teksteissään tekevät mahdolliseksi. (Kuvio 1.)

Ovaskaista (1993) mukailien kaikilta alueilta löytyy tekijöitä, joiden varassa alueet voivat kehittyä ja ylläpitää elinvoimaisuuttaan. Tekemällä näitä voimavaroja näkyväksi voidaan pyrkiä esimerkiksi rakentamaan alueesta kiinnostava, houkutteleva asuin- ja työympäristö. Näkyväksi tekevän puheen merkityksellisyyden kannalta tärkeää on, että kuulija voi jollakin tavoin samaistua ja kokea omakseen ne asiat, joista puhutaan. Silloin puheella voi olla jotakin vaikutusta hänen toimintaansa ja ratkaisuihinsa (vrt. esim. Gabriel 1998; Burke 1969, 19–21; ks. myös Perelman 1996; vrt. myös Kalliokoski 2005).



KUVIO 1 Diskursseista yritysten asemoitumiseen ja toimintaympäristön identiteettiin

Yrityksistä ja niiden toiminnasta puhuttaessa käsitellään ja sivutaan asioita, jotka liittyvät ihmisten jokapäiväiseen elämään – työhön ja työllistymiseen, toimeentuloon sekä omaan ja perheen tai muiden läheisten asemaan ja toiminnan mahdollisuuksiin. Identiteettiä rakennetaan siis yrityksistä puhuttaessa sellaisten asioiden varaan, jotka ihmiset Gabrielia (emt.) mukailleen todennäköisesti kokevat itselleen pelkkiä tosiasioita ja informaatiota sisältävää, esimerkiksi rajoja ja hallintoa koskevaa, puhetta merkityksellisemmäksi.

Mitä yrityksistä sitten on sanottu toimintaympäristönsä muokkaajina ja vaikuttajina? Ennen varsinaista teoriaosuutta haluan vielä lyhyesti avata sitä, mitä yritykset vaikuttajina oikeastaan voivat olla – mitä niistä vaikuttamisen näkökulmasta on sanottu.

2.6.2 Yritykset toimintaympäristönsä jäseninä

Waddellia (2000) mukailleen jaan yhteiskunnan järjestäytyneet kollektiiviset toimijat julkiseen, yksityiseen ja kolmanteen sektoriin. Waddellin (emt., 111–113) mukaan jokaisella sektorilla on ensisijaiset tehtävänsä ja vastuualueensa ja toisaalta niistä juontuvat heikkoutensa. Yrityssektorin ydintehtävä on tuottaa tavaroita ja palveluksia ja toimeentuloa ja vaurautta niin omistajilleen kuin yhteiskunnan toimivuuden turvaksi ylläpitämään ja mahdollistamaan sen palveluja ja palvelurakennetta. Ne myös tarjoavat työpaikkoja ja toimeentulon mahdollisuuksia ympäristönsä asukkaille. Drucker (1969, 14) puhuukin yrityksistä oman toimintaympäristönsä aineellisen hyvinvoinnin turvaajina ja myös omaksumamme yhteiskuntajärjestyksen muovaajina ja ylläpitäjinä. Yritysten taloudellista vaurautta ja taloudellisen hyvinvoinnin mahdollistavia olosuhteita rakentava merkitys tunnustetaan ja sitä myös korostetaan yrityksistä ja niiden alueellisesta merkityksestä puhuttaessa. Erityisesti pk-yrityksiä ja niiden merkitystä niin liike-elämän tukirankana kuin oman toimintaympäristönsä vaikuttajina ja muokkaajina tuodaan yhä enemmän esiin (vrt. esim. EU:n komissio; ks. myös Hautamäki 2000).

Voidakseen toimia yritykset tarvitsevat omaa toimintaansa ja sen mahdollisuuksia tukevan toimintaympäristön. Vakaa elinvoimainen toimintaympäristö turvaa yrityksen esteetöntä ja ehkä ennakoitavaakin toiminta- ja elintilaa ja siten yrityksen toiminnan jatkumista ja yrittäjän ja työntekijöiden toimeentuloa (Waddock & Smith 2000, 59; ks. myös Marsden 2000, 11). Toimivan ja yrityksenkin tarpeisiin vastaavan ympäristön ylläpitäminen sen toiminnan mahdollistamiseksi vaatii useimmiten erilaisten yhteiskunnallisten ja paikallisten toimijoiden ja eri sektoreiden aktiivista osallistumista ja yhteistyötä (vrt. Marsden 2000, 9–12). Altman ja Vidaver-Cohen (2000) painottavat yhteiskunnan eri sektorien välisen yhteistyön ja vastavuoroisen osallistumisen aikaisempaa suurempaa merkitystä niiden toimintaympäristöjen aineellisesti ja henkisesti toimivaa rakennetta pohjustavana tekijänä. Toimiva rakenne ja sujuva yhteistyö puolestaan helpottavat eri sektoreiden toimintaa, kun niiden toimintaympäristöt itsessään monimutkaistuvat esimerkiksi eri kulttuurien välisen vuorovaikutuksen lisääntyessä. Kaikilla yhteiskunnan sektoreilla – mukaan lukien yritykset – voi olla hallussaan yhteistoimintaa mahdollistavia resursseja (vrt. Vásqu-

ez-Barzueron 2006, 21; ks. myös Googins & Rochlin 2000). Ympäristön ja yhteisön elinvoimaa tukevaa, vastuulliseksiin kutsuttua toimintaa voidaan ajatella investointina tulevaisuuteen ja se voidaan rinnastaa yrityksen tuotekehittelyyn ja sen tutkimus- ja suunnittelutoimintaan (Fombrun ym. 2000, 90). Aktiivista yhteisön jäsenyyttä voidaan tästä näkökulmasta liikekielen vakiintunein termein pitää yhtenä yrityksen strategisena työkaluna.

Puhuttaessa yrityksestä yhteisönsä jäsenenä ja yhteiskunnallisina toimijoina ja vaikuttajina puhutaan Waddockia ja Smithiä (2000, 48) mukaillen itse asiassa yrityksen suhteista sen sidosryhmiin ja sidosryhmäsuhteiden laadusta (vrt. myös Carroll & Buchholtz 2003, 69). Voidakseen toimia (kannattavasti) yritysten on "mentävä kaupaksi" niin asiakkaille kuin muillekin yrityksen toiminnan mahdollistaville tahoille eli sidosryhmille (vrt. myös esim. Murillo & Lozano 2006, 237–238). Kysymys on toimintaympäristön muiden toimijoiden, yrityksen sidosryhmien, hyväksynnästä eli yrityksen legitimaatiosta – sidosryhmien halusta käyttää yrityksen palveluja ja työskennellä yrityksen hyväksi, toimittaa raaka-aineita yrityksen käyttöön, rahoittaa yrityksen toimintaa tai muutoin edesauttaa ja mahdollistaa sen toimintaa (vrt. Fuller & Tian 294–296; Murillo ja Lozano 2006, 229). Legitimaation turvaamat toimintaedellytykset puolestaan vahvistavat yrityksen mahdollisuuksia vastata asiakkaiden ja muiden sidosryhmien toiveisiin ja tarpeisiin. Olennaista sidosryhmäajattelussa ja -teorioissa on oletus siitä, että sidosryhmät voivat vaikuttaa yritykseen ja sen toimintaan ja että yritys puolestaan vaikuttaa sidosryhmiensä elämään, toimintaan ja toiminnan mahdollisuuksiin. Kysymys on sidosryhmien ja yritysten välisestä vuorovaikutuksesta, vastavuoroisesta vaikuttamisen mahdollisuudesta (Carroll & Buchholtz 2003, 70; Näsi 1994, 22).

Yrityksen sidosryhminä voidaan pitää kaikkia niitä yksilöitä tai ryhmiä, joihin yritys voi vaikuttaa tai joista se on riippuvainen – joita ilman se ei voi toimia ja joita ilman sitä ei tarvita (vrt. Näsi 1995, 24). Sidosryhmiä on niin yrityksen sisällä kuin sen ulkopuolellakin. Sisäisillä sidosryhmillä on jokin kiinteä, pysyvä suhde yritykseen (omistajat, työntekijät, johtajat), kun taas ulkoisilla sidosryhmillä kontaktit ovat satunnaisempia, joskin joskus hyvinkin säännöllisiä (asiakkaat, tavarantoimittajat, tiedotusvälineet, julkinen hallinto) (Näsi 1994, 2004). Kukin sidosryhmä voidaan jakaa erilaisiin alaryhmiin. Esimerkiksi julkiseen hallintoon kuuluvat niin paikallinen (kunnat), alueellinen (maakunnat, läänit) kuin valtiollinenkin hallinto (Carroll & Buchholtz 2003, 71). Sidosryhmiä on mahdollista kategorisoida myös sen mukaan, ovatko ne osa yrityksen taloudellista, poliittista, sosiaalista vai teknologista ympäristöä; esimerkiksi julkinen hallinto alaryhmineen kuuluu yrityksen poliittiseen ympäristöön. Sidosryhmiä voidaan niin ikään luokitella niiden vaikutusvallan perusteella. Voidaan puhua ensi- ja toissijaisista sidosryhmistä (Carroll & Buchholtz 2003, 72–73; ks. myös Wheeler & Sillanpää 1997, 167) tai yrityksen toiminnan kannalta elintärkeistä ydin-, yrityksen kohtaamien uhkien ja mahdollisuuksien kannalta merkitykseltään vaihtelevista strategisista ja näihin ryhmiin kuulumattomista ympäristön muista sidosryhmistä (environmental stakeholders). Wheeler ja Sillanpää (emt., 168) jakavat ensi- ja toissijaiset ryhmät sosiaalsiin ja muihin sidosryhmiin sen

perusteella, voiko niiden kanssa kommunikoida suoraan (social – asiakkaat, työntekijät) vai ei (nonsocial – tulevat sukupolvet, luonnonympäristö). Sidosryhmien merkitys ja siten vaikutusvallan perusteella tehty luokittelukin voi vaihdella tilanteittain (Carroll & Buchholtz 2003, 71–73). Epävakaissa tilanteissa, esimerkiksi yhteistoimintaneuvottelujen aikana, tiedottaminen ja tiedotusvälineet voivat saada tavanomaista suuremman merkityksen ja tilapäisesti mennä odotuksineen muiden sidosryhmien edelle (muuttua hetkellisesti toissijaisista ensisijaisiksi), kun taas niin sanotuissa normaaliolosuhteissa asiakkaiden odotukset lienevät tiedotusvälineiden vaateita merkittävämpiä.

Yrityksen menestystä ja kannattavuutta pohjustavat toimivat sidosryhmäsuhteet perustuvat yrityksen ja sen sidosryhmien keskinäiseen luottamukseen, joka vaikuttaa yrityksen menestykseen ja toiminnan mahdollisuuksiin ja sen jatkuvuuteen (vrt. Carroll & Buchholtz 2003; vrt. mm. Rindova & Fombrun 1998, 63–65; ks. myös esim. Murillo & Lozano 2006, 229). Luottamuksen synty voi edellyttää sidosryhmien odotuksiin vastaamista, mistä esimerkiksi Carroll ja Buchholtz (2003) puhuvat vastuullisena toimintana (CSR, corporate social responsibility; vrt. Fombrun ym. 2000). Vastuullinen toiminta tarkoittaa erilaisia velvollisuuksia: yrityksillä on velvollisuus toimia kannattavasti, noudattaa lakia, toimia eettisesti oikein ja harjoittaa hyväntekeväisyyttä (emts. 40–41) voidakseen asemoitua vastuunsa kantavaksi, eettisesti hyväksyttäväksi toimijaksi. Sidosryhmien edut ja odotukset edellä mainittujen velvollisuuksien täyttämistä saattavat olla hyvinkin ristikkäisiä, ja yhteisen arvopohjan ja tavoitteiden löytäminen yrityksille ja niiden eri sidosryhmille voi olla haastava (mahdoton?) tehtävä (vrt. Carroll & Buchholtz 2003, 8, 80–81; vrt. myös Bouchiki ym. 1998, 52–53 & Rindova & Fombrun 1998, 63; Allardt 1976, 45). Hieman paradoksaalista onkin, että kuva luotettavasta ja vakaasta yrityksestä näyttäisi syntyvän osittain siitä, että yritys pystyy muuntautumaan ja sopeuttamaan toimintaansa sidosryhmien odotuksia vastaavaksi vaihtelevissa tilanteissa. (ks. Gioia 1998, 22; vrt. Rindova & Fombrun 1998, 63–64). Edellä puhuin sidosryhmien merkityksestä yrityksen toiminnan mahdollisuuksien turvaamiseksi: odotuksista syntyviin haasteisiin vastaaminen on osa toiminnan mahdollisuudet turvaavan toimintaympäristön rakentamista (ks. Carroll & Buchholtz 2003, 81).

Erityisesti pk-yritysten sidosryhmäsuhteissa voi olla kysymys enemmänkin kuin vain sidosryhmien odotuksiin ja niistä syntyviin haasteisiin vastaamisesta. Esimerkiksi Jenkins (2006, 249) puhuu sisäisestä motivaatiosta pk-yritysten toimintaan vaikuttavana ja sitä ohjaavana tekijänä. Pk-yrittäjien suhteiden niin työntekijöihin kuin koko toimintaympäristöönkin väitetään sisäiseen motivaation perustuen olevan edellä kuvattua kiinteämmät (vrt. esim. Moore & Spence 2006, 221–222). Moni pk-yrittäjä toimii kotiseudullaan, ja erilaisten sukulaisuus- ja tuttavuussuhteiden ja yhteisen historian myötä suhteet sidosryhmiin ovat tavanomaisia liiketoiminnan myötä syntyviä suhteita läheisemmät (vrt. myös Jenkins 2006, 242; Fuller & Tian 2006, 287). Fulleria ja Tiana (2006, 294–295) mukailen sidosryhmäsuhteiden verkostoa ja sen myötä syntyviä kontakteja ja vuorovaikutussuhteita voidaan kutsua sosiaalisiksi pääomaksi (ks. myös Putnam 2000, 19; ks. myös Adler & Kwon 2002, 17). Sosiaalista pää-

omaa syntyy, kun yritys turvaa omia toiminnanmahdollisuuksiaan toimimalla toimintaympäristönsä hyväksymällä tavalla niin, että se on haluttu yhteistyökumppani.

Putnam (2000, 22–24) jakaa sosiaalisen pääoman ”yhdistävään” (bridging) ja ”sitovaan” (bonding), ryhmäidentiteettiin viittaavaan, ulottuvuuteen (ks. myös Ruuskanen, 2001, 23): sosiaalinen pääoma sekä yhdistää alueen toimijoita että erottaa yhteisön tai ryhmän muista toimijoista. Fullerilaisessa ja tianilaisessa mielessä sosiaalisen pääoman merkitys ja voima on verkoston eri toimijoiden vastavuoroisen yhteistyön käynnistämisessä ja siihen motivoimisessa ja sen vahvistamassa verkoston keskinäisessä luottamuksessa, joka puolestaan tukee niin yrityksen kuin koko yhteisönkin toiminnan mahdollisuuksia. Putnamia (2000, 20) mukaillen hyvässä ja toimivassa ympäristössä heikommallakin verkoston jäsenellä on paremmat pärjäämisen mahdollisuudet kuin sen kyvyt edellyttäisivät. Lisäksi Putnamin (emt.) mukaan sosiaalisessa kanssakäymisessä ja yhteisön eri jäsenten yhteistyössä syntyvästä sosiaalisesta pääomasta hyötty yhteisö kokonaisuudessaan, vaikka sen kaikki toimijat eivät olisikaan osallisena jokaisessa yksittäisessä yhteistyökuviossa.

Sosiaalista pääomaa voidaan tarkastella rakenteellisena tekijänä: toimivat, luottamukselliset verkostot takaavat toimivan tiedonkulun ja -vaihdon yhteistyökumppanien välillä, mikä puolestaan voi auttaa resurssien mielekästä suuntaamista ja jakamista jossakin toimintaympäristössä sekä liiketoimintamahdollisuuksien tunnistamista. Mitä kattavampi verkosto on (mitä useampia toimijoita ja mitä luottamuksellisemmat suhteet niillä on), sitä runsaammin tietoa päätöksenteon ja toiminnan pohjaksi ja tueksi on tarjolla. Verkostolla viitataan nimenomaan epämuodollisiin suhteisiin yksittäisten toimijoiden ja eri sektoreiden välillä ja suhteiden luottamuksellisuuteen ja solidaarisuuteen (Fuller & Tian 2006, 289; vrt. Nahapiet & Ghoshal 1998, 243–245; Spence, Schmidpeter & Habisch 2003, 17). Verkoston syntyä ja ylläpitämistä voidaan tarkastella myös laadullisesta näkökulmasta: millaisia (yhteistyö)suhteita eri toimijoilla on, tai millaisia suhteita he ovat aikaa myöten keskinäisessä vuorovaikutuksessaan onnistuneet rakentamaan? Tiiviit luottamukselliset suhteet ovat omiaan edistämään tiedon kulkua. Kognitiivisesta näkökulmasta sosiaalisen pääoman voidaan ajatella tarjoavan yhteistyökumppaneille tai eri sidosryhmille yhteisen kielen ja yhteiset toimintakoodit, mikä helpottaa tietojen vaihtamista ja niiden yhdistelemistä koko verkoston etuja palvelevalla tavalla. Kysymys on luottamukseen perustuvasta yhteisen toimintakentän ja yhteisten pelisääntöjen luomisesta ja verkoston vahvistamisesta tällä tavoin. Verkoston jäsenet tietävät, mitä toiselta voi odottaa missäkin tilanteessa. (Vrt. Nahapiet & Ghoshal 1998, 243–245; Spence ym. 2003, 19.) Layardia (2005, 145) mukaillen tämän myötä osa päätöksenteosta voidaan jättää muiden harteille ja luottaa siihen, että yhteistyökumppanit toimivat yhteisen edun mukaisesti. Sosiaalinen pääoma ja sen mahdollistama tiedon vaihto ruokkii myös symbolista pääomaa: verkoston eri toimijoiden keskinäistä arvostusta (Fuller & Tian 2003, 296; vrt. Bourdieu 1990, 120: credit of renown; Spence ym. 2003, 19).

Sosiaalisen pääoman näkökulmasta yrityksillä yhteisönsä jäseninä on mahdollisuuksia muokata aktiivisesti ympäristöään ja samalla omia toimintaedellytyksiään (Waddock & Smith 2000, 47–48, 59) muutoinkin kuin taloudellisiin panoksiin (Marsden 2000, 10). Vasquez-Barqueron (2006, 21) mielestä onkin tärkeää erottaa toisistaan lyhyen tähtäimen taloudellisen kasvun ja hyödyn tavoittelu ja hänen talouden kehittämiseksi nimeämänsä yritystoiminnan jatkuvuuteen (ja toimintaympäristön elinvoimaisuuteen?) tähtäävä päämäärä.

2.6.3 Yrityksen identiteetti konstruktiona

Jo aiemmin tässä tutkimuksessa esittelin konstruktionistisen identiteetin ideaa. Samassa yhteydessä puhuin siitä, kuinka organisaation strategisista teksteistä tunnistettavat diskursiiviset kokonaisuudet vastaavat kysymykseen siitä, minä tai millaisena se haluaa tulla ”nähdyksi” ja millaiseksi se itsensä haluaa rakentaa. Puhuin myös siitä, kuinka valitsemallaan puheen ja toiminnan tavalla organisaatio voi rakentaa, ylläpitää, muokata ja suojella tavoittelemaansa käsitystä ja vaikutelmaa. Kuten sosiaalinen todellisuus, yritys sosiaalisen todellisuuden osana voidaan sekin mieltää diskursiivisissa prosesseissa luoduksi, ylläpidetyksi ja muokatuksi todellisuuden osaksi. Whetten (1998, esipuhe) nimeää tämän vuorovaikutuksessa konstruoituvan rakennelman yritykselle rakentuvaksi identiteetiksi. Albert (1998, 2–3) puolestaan toteaa yrityksen identiteetin määrittävän sen sidosryhmäsuhteiden kautta – hän puhuu yrityksestä osana sosiaalisten suhteiden kokonaisuutta (vrt. mm. Fuller & Tian & sosiaalinen pääoma; ks. myös Waddock & Smith 2000). Hänen mukaansa identiteettiä voidaan pitää myös yrityksen vertauskuvana. Voidaan kysyä esimerkiksi, millaisia vertauskuvia voidaan valita kuvaamaan yritystä sen toiminnan ja niistä välittyvien arvojen kautta. Itse asiassa identiteettejä voi tilanteiden vaihdellessa rakentua useita riippuen siitä, minkä sidosryhmän kanssa ja millaisessa tilanteessa yritys kulloinkin on.

Yritysten identiteetit siis rakentuvat konstruktionistisen käsityksen mukaan yritysten toimiessa ja kertoessa toiminnastaan sen sijaan, että niillä viitattaisiin yritysten toimintaa ohjaaviin mitattavissakin oleviin piirteisiin ja ominaisuuksiin tai niiden yhdistelmiin (Albert 1998, 10). Viimeksi mainittua perinteistä identiteetikäsitystä vahvistavia ja noudattelevia yrityksen ydinolemusta kuvaavia seikkoja yritysten teksteissä ovat muun muassa niiden toimintaansa ohjaavaksi nimeämät toimintaperiaatteet ja arvot. Arvot ja periaatteet toki voivat määritellä yrityksen identiteettiä, mutta niihin tyytyminen jättää analyysin kovin ohueksi. Konkreettisina arvot näkyvät organisaation toiminnassa ja toiminnalle asetetuissa tavoitteissa: ne ovat osa identiteettiä rakentavaa sosiaalista todellisuutta ja siinä tapahtuvaa vuorovaikutusta.

Omassa tutkimuksessani haluan tutkia yrityksiä toimintaympäristönsä ja sen hyvinvoinnin rakentajina. Tehdäkseni johtopäätöksiä näistä toiminnassa ja toiminnasta syntyvistä, Albertin (1998, 2–3) vertauskuviksi nimeämistä merkityksistä analysoin ensin yritysten toiminnassa ja puheessaan rakentamia ja niissä rakentuvia identiteettejä. Identiteettien tunnistamiseksi kysyn mitä, miten ja kenelle yritykset puhuvat. Albertin (emt.) yllä nimeämä sidosryhmänäkö-

kulma on siten koko ajan vahvasti läsnä yritysten retoriikkaa analysoidessani (vrt. Carroll & Buchholtz 2003, Näsi 1995; ks. myös Taipalinen & Toivio 2004 ja yritysten vastuullinen toiminta). Erityisesti viimeksi mainittuun kenellekysymykseen vastaamisessa sidosryhmäteorialla ja sen tarjoamalla sidosryhmienn tunnistamisen ja luokittelun mahdollisuuksilla on tärkeä asema.

Vaikka Taipalinen ja Toivio (2004) näyttävät rinnastavan pk-yritysten vastuullisen toiminnan ja niiden hyvinvointia rakentavan merkityksen toisiinsa, en omassa tutkimuksessani tee tätä rinnastusta. Sen sijaan teen johtopäätöksiä yritysten hyvinvointia rakentavasta merkityksestä erilaisten hyvinvointiteorioiden ja -näkökulmien valossa. Vastuullinen toiminta ja sitä koskevat lausumat saattavat toki olla yksi hyvinvoinnin rakentajan identiteettiä tuottavista diskursseista. (vrt. esim. Jokinen ym. 1993, 42–43; Potter & Wetherell 1987, 177–179; ks. Billig 1991, 43). Voidakseni perustellusti tehdä edellä kuvattuja päätelmiä yritysten hyvinvointia rakentavasta merkityksestä avaan luvussa 5 erilaisia näkökulmia hyvinvointiin. Minulla ei kuitenkaan ole hypoteesiä siitä, millaisia diskursseja ja niissä rakentuvia identiteettejä yritysten teksteistä tulisi tunnistaa, jotta niistä voitaisiin puhua oman toimintaympäristönsä hyvinvoinnin rakentajina. Jätänkin hyvinvointikäsitteen ennakkoon tarkemmin määrittelemättä (vrt. esim. Albert 1998; ks. myös Allardt 1976; Jokinen ym. 1999 & teorian paikka diskursianalyttisessä tutkimuksessa) ja annan yritysten tekstien puhua puolestaan.

Olen jo edellä esitellyt diskurssien sosiaalista maailmaa ja todellisuutta konstruoivaa merkitystä. Ajatukseni on, että arjen toimintaan ja sitä kuvaavaan yritysten puheeseen sidottuihin kertomuksiin yritysten mahdollisesta hyvinvointia rakentavasta eksplisiittisestä tai implisiittisestä merkityksestä ja niiden tarjoamista mahdollisuuksista oman toimintaympäristönsä identiteetin konstruointiin voidaan kenties rakentaa myös konkreettisia, merkityksellisiä, tavallista ihmistä koskettavia tarinoita alueesta (vrt. vetovoima) (ks. esim. Gabriel 1998, vrt. myös Phillips & Hardy 2002, 81). Tutkimuksen kahdessa seuraavassa luvussa paneudun siihen, miten diskurssit ovat tunnistettavissa. Diskursianalyttisen metodologian ja valitsemani tutkimusmetodin, retorisen analyysin, esittelyn lomassa tutustutan lukijan lähemmin myös käyttämäni aineistoon, tutkimuksen perusteluihin ja tutkimusprosessin kulkuun ja -jäsentelyyn.

3 DISKURSSIEN ANALYSOINTI

Teorioiden rooli ja merkitys konstruktionistisessa tutkimuksessa on ensisijaisesti selittää sitä tapaa, millä aineistoa tarkastellaan (vrt. mm. Jokinen 2006 & Suoninen 2006). Luvussa 3 sekä perustelen tätä väittämää että esittelen omaa tutkimustani ohjaavan diskurssianalyttisen metodologian. Viitekehyksen merkityksen ja hyödyntämisen havainnollistamiseksi kytken esittelyn tiiviisti sekä alueista käytävästä keskustelusta poimittuihin esimerkkeihin että tutkimusprosessia ja sen kehittymistä sekä aineistoa ja sen valintaa kuvaaviin pohdintoihin ja perusteluihin. Luvussa 4 esittelen samalla periaatteella retorista analyysiä tutkimuksen metodina.

3.1 Diskurssien etsiminen ja tunnistaminen

3.1.1 Paloista kokonaisuuksiksi

Huolimatta analyysi-nimityksestä diskurssianalyysi ei ole yksittäinen tutkimusmenetelmä, vaan tutkimuksen viitekehys, joka antaa mahdollisuuden monien erilaisten menetelmien ja metodien käyttöön diskurssien tunnistamiseksi – myös yhtäaikaisesti samassa tutkimuksessa (vrt. Jokinen ym. 1993, 17; ks. myös Phillips & Hardy 2002, 3, 16; vrt. Lincoln 1998a, 25–26). Diskurssien etsiminen ja kokoaminen on haastava tehtävä, koska ne ovat kulloinkin tutkimuksen kohteena olevassa tekstissä pieninä paloina. Diskurssien määreet ovat ripoteltuina pitkin tekstiä, ja vasta yhteen kerättyinä ne muodostavat ymmärrettäviä ja perusteltavissa olevia kokonaisuuksia (Suoninen 2006; vrt. Jokinen 1993, 50; ks. myös Phillips & Hardy 2002, 74). Näillä kokonaisuuksilla ei tarkoiteta erilaisia tekstistä löydettäviä aiheita ja teemoja (harrastukset, elintavat, asuminen). Sen sijaan eri aiheista tai teemoista – toimijan kertomuksista omasta elämästään, harrastuksistaan ja asumisestaan – voi tunnistaa toimijan tavan tuoda esiin tai korostaa esimerkiksi omaa yksilöllisyyttään, ainutlaatuisuuttaan tai erottumis-

taan muista (vrt. Jokinen ym. Suoninen 1993, 50–59). Aiemmin tässä tutkimuksessa puhuin diskurssien rakentamasta sosiaalisesta todellisuudesta. Aineistosta pyritään siis tunnistamaan sosiaalista todellisuutta ja sen tuottamisen tapoja: sosiaalista todellisuutta tuottavia merkitysten kokonaisuuksia (eli diskursseja) ja niiden keskinäisiä suhteita ja ristiriitoja (vrt. Jokinen ym. 1993, 48; ks. myös Phillips & Hardy 2002, 67; vrt. Billig 1991, 15–16). Puhutaanpa diskursseista joskus merkitysten välisinä taisteluina (vrt. Phillips & Hardy 2002, 67). Itse asiassa juuri ristiriidat ja jännitteet sekä tekstin välittämien diskurssien välillä että eri intressiryhmienkin näkemyksissä antavat aihetta hedelmälliselle analyysille ja dokumentoinnille sekä vertailujen ja vastakkainasettelujen tekemiselle. Ne myös auttavat ymmärtämään ja havainnollistavat kielessä rakentumisen merkitystä maailman mieltämiselle. Sama asia voidaan mieltää monin tavoin, ja erilaiset mieltämisen tavat puolestaan ohjaavat ja ruokkivat ajattelua ja toimintaa usein samalla itseään vahvistaen. Tätä havainnollistin luvussa 2 rakentamalla vaihtoehtoisia, keskenään vastakkaisiakin ja kuitenkin totuudenmukaisia keskipohjalaisia todellisuuksia.

Diskursseja rakentavista erilaisista sosiaalisen vuorovaikutuksen kielellisistä ja ei-kielellisistä elementeistä – teksteistä – voidaan puhua diskursiivisina yksiköinä (ks. Chalaby 1996, 688; vrt. Grant & Hardy 2004, 6). Suppeimman määritelmän mukaan diskursiivisia yksiköitä ovat pelkästään puhutut dialogit. Hieman väljemmin määriteltynä niihin voidaan sisällyttää dialogien lisäksi myös muu puhuttu ja kirjoitettu, muodollinen ja epämuodollinen teksti – kuten tekstiviestit, sähköpostit, yhteisöjen tarinat ja myytit ja yritysten strategiset tekstit. Laajimmillaan näkemys sisällyttää diskursiivisiin yksiköihin edellisten lisäksi vielä erilaiset symbolit, artefaktit ja kuvat – esimerkiksi yrityksen arkkitehtuurin, logot ja toimitilat. (Vrt. esim. Phillips & Hardy 2002, 71; Grant, Keenoy & Oswick 1998, 2; ks. myös Phillips & Brown 1993, 1548.) Diskurssianalyytisen tutkimuksen potentiaalista aineistoa ja sen perusteluita esittelen tarkemmin luvussa 3.1.3. Tässä tutkimuksessa tutkittavia diskursiivisia yksiköitä ovat yritysten www-sivut ja tarkemmin sanottuna niiden kirjoitetussa muodossa oleva sisältö.

3.1.2 Teoriat ja taustaoletukset

Teorian merkitys diskurssianalyytisessä tutkimuksessa on selittää ja perustella käytettyä lähestymistapaa (Suoninen 2006; Guba & Lincoln 1989, 2005). Gubaa ja Lincolnia (2005, 202) mukaillen valitulla metodologialla voidaan sanoa otettavan kantaa siihen, kenellä on oikeus tietää ja sanoa jotakin tutkimuksen kohteena olevasta asiasta. Diskurssien analysoinnin ja koko konstruktionismin henkeen kuuluu, että itse tutkittavalle annetaan ääni – puhujana ja oman asiansa asiantuntijana on toisin sanoen tutkittava itse. Tutkittava on subjekti, aktiivinen toimija, ei passiivinen tutkimuksen kohde. Tutkimuksen kohdetta koskevan substanssiteorian esittely on toissijaista: tutkimuksen kohdetta pyritään analysoimaan ilman teoreettisia tai muita, esimerkiksi kontekstuaalisia, ennako-oletuksia mahdollisimman tarkasti ja yksityiskohtaisesti (Jokinen ym. 1993, 49). Diskurssianalyytisessä tutkimuksessa ei pyritä verifioimaan tai falsifioi-

maan jotakin tutkimuksen kohdetta koskevaa teoreettista hypoteesiä. Tähän pa-
laan luvussa 3.1.4. Myös itse kontekstin ollessa tutkimuksen kohteena sen kon-
teksti jätetään taka-alalle.

Esimerkiksi Suoninen (2006) kertoo pyrkivänsä tarkastelemaan tutkimansa
subjektin puheesta ja kertomuksista litteroimaansa tekstiä lause kerrallaan lu-
kematta ensi alkuun lainkaan aineistoa kokonaisuudessaan ja perustamaan ana-
lyysinsä näihin irrallisiin ilmaisuihin. Pitäytymällä analysointivaiheessa tiukasti
aineistossa tutkijan ajatellaan paremmin voivan tunnistaa sen tuottajan tekemiä
luokituksia ja välttävän itse liiaksi luokittelemasta ja tarkastelemasta sekä suo-
dattamasta sitä omien itsestään selvinä pitämiensä totuuksien tai kulttuuristen
kategorisointien lävitse (vrt. Jokinen ym. 1993, 51, 63; vrt. myös esim. Guba &
Lincoln 1989, 175). Analyysiä edeltävässä tutkimuksen taustoittamisessa ja tut-
kimusta motivoineen tutkimusongelman konkretisoimisessa tutkimustehtäväk-
si ja -kysymyksiksi sekä aineiston hankinnassa ja sitä seuraavassa johtopäätös-
ten tekemisessä taustaoletukset ja diskurssien historiallisesti rakentuva, aikaan
ja paikkaan suhteutuva luonne on sen sijaan tärkeää ottaa huomioon (Parker
1992, 15–16; Jokinen ym. 1993, 63). Teorialla siinä kuin muilla tutkimuksen ai-
hetta sivuavilla taustaoletuksilla on osuutensa tutkimustehtävän synnyssä ja
muokkaamisessa (vrt. Phillips & Hardy 2002, 65). Omia taustaoletuksiani ja nii-
den syntyhistoriaa havainnollistin vaihtoehtoisia keskipohjalaisia todellisuuksia
esitellessäni.

Omassa tutkimuksessani olen Suonisen (2006) esimerkkiä ja konstruktio-
nismien ideaa noudattaen pyrkinyt yritysten identiteettien tunnistamiseksi py-
syttäytymään mahdollisimman tarkoin siinä, mitä yritykset itse teksteissään
tuottavat ja sanovat. Raja identiteettien tunnistamisen ja kokoamisen ja niistä
tehtävien johtopäätösten ja kategorisointien välillä tuntui kuitenkin yritysten
tekstejä lukiessa ja analysoidessa ajoittain veteen piirretyltä viivalta. Tutkijana
en voi kokonaan päästä irti minua ympäröivästä todellisuudesta – käytäntään
itsekkin kieltä niin tutkimusta tehdessäni kuin siitä raportoidessanikin. Tutkijaa
ympäröivä sosiaalinen todellisuus – kielessä syntynyt kulttuuri – vaikuttaa
merkitysten syntymiseen ja niiden luomisen tapaan samalla, kun tutkija itse ra-
kentaa ja muokkaa sekä tutkimuksensa kohdetta että sitä ympäröivää todelli-
suutta. Sen lisäksi diskursiivisuuden idean mukaisesti tutkijan oma käsitys so-
siaalisen todellisuuden luonteesta ja hänelle merkitykselliset asiat vaikuttavat
väistämättä tutkimuksen kulkuun ja luonteeseen tutkimusongelman hahmot-
tumisesta ja tutkimustehtävän ja metodien valinnasta alkaen aina tutkimuksen
tuloksiin saakka (vrt. Phillips & Hardy 2002, 83; Jokinen ym. 1999, 201–202; ks.
myös Willig 1998, 94–95; Lincoln 1998a, 24; ks. myös Billig 1991, 23).

Kulttuurin ja sen merkitysten kyseenalaistamiseksi sen jäsenyydestä ja
vaikutuksista ei siis voi eikä tarvitsekaan päästä kokonaan irti (Jokinen ym.
1993, 23–24; ks. Wetherell & Potter 1992, 102–104; Guba & Lincoln 1989, 88, 92).
Havainnon ”puhtaus” eli ulkopuolisen maailman vaikutuksen eliminoiminen ei
kielten rakentamia merkityksiä tutkittaessa ole ihanne tai tutkimuksen laadun
mitta tai tae. Hyvässä diskurssianalyttisessä tutkimuksessa tutkija kuitenkin
tunnistaa omat arvonsa ja ennakkokäsityksensä ja tunnustaa niiden heijastumi-

sen tutkimuksen kohteen analysoinnissa, johtopäätösten teossa ja niistä raportoinnissa – siinä miten diskursseista puhutaan (vrt. Greatbatch & Dingwall 1998, 131–132; ks. myös Jokinen ym. 1993, 51; vrt. Jokinen 1993, 61–63). Tutkijan on kyettävä refleктоimaan omaa työskentelyään: kyseenalaistamaan käyttämänsä käsitteet ja menetelmät sekä tekemänsä johtopäätökset ja tuomaan oma päättelyketjunsä julki tutkimuksesta raportoidessaan. Tutkimuksen luotettavuuden ja hyödynnettävyyden kannalta on (elin)tärkeää tuntea, tiedostaa ja tunnistaa todellisuuden rakentumisen ja sen muokkaamisen ja muokattavuuden mekanismit, jotka pätevät myös sen tutkimisessa. (ks. esim. Phillips & Hardy 2002, 83–84; vrt. Billig 1991, 143.) Kulttuuristen kategorisointien välttämisen ohella tässä on toinen syy siihen, että metodologiaa koskeva teoria on substanssiteoriaa tärkeämpi – tai oikeastaan ainoa – analysointia ohjaava teoreettinen viitekehys. Tutkija ei tarkkaile tutkimuksensa kohdetta ulkopuolelta vaan on osa sitä – joskus hyvinkin vahvoin sidoksin:

Oma roolini suhteessa tutkimuskohteeseeni lienee ollut hieman poikkeuksellinen omine hyvine ja huonoine puolineen. Ensinnäkin olin ollut yhden tutkimuksen kohteena olevan ja nyt yhdistettävän organisaation jäsen yli 20 vuotta. Lisäksi oli toiminut viimeiset vuodet kyseisen yhtiön henkilöstöpäällikkönä, jossa toimessa jatkoin myös uudessa yhdistetyssä yrityksessä. Tämä henkilöstöpäällikön tehtävä asetti tutkijan väijäämättä sellaiseen asemaan, että hänen oli tehtävä tutkijan roolinsa selväksi niin itselleen, kuin tutkimuskohteille ja myös tutkimuksen lukijoille. Hänen oli ikään kuin kerrottava, että tarkkailee tutkimuksen kohdetta ja haastateltavia henkilöitä ”henkilöstöpäällikön silmälasien läpi”. ...koin tämän tutkimuksen tekemisen tavallaan velan suorittamiseksi omalle työyhteisölleni ja samalla tutkimus toimi myös omana henkireikäni selviytyäkseni mukana muutoksen tuulessa. (Syrjälä 2006, 29.)

Tutkimuksen ongelmanasettelu määrittää sekä tunnistettavien diskurssien että niiden kontekstien relevanttiutta tutkimuksen tavoitteiden kannalta. Tutkimuksen edetessä – aineistoa koskevaan keskusteluun ja mahdolliseen ja relevanttiin aineistoon perehdyttäessä – tutkimustehtävä kehittyy ja muuttuu, kun tutkija pohtii aiheeseen liittyviä omia ja yleisiä perusoletuksia ja ennakkokäsityksiä. Esiin voi tulla ennalta arvaamattomia näkemyksiä ja aivan uusia haastavia tutkimuskysymyksiä ja -ongelmiakin. Diskurssianalyttisessä tutkimuksessa tutkimustehtävän myös sallitaan muuttua vielä tutkimuksen kuluessa. (Vrt. Phillips & Hardy 2002, 67–70.)

Tämänkin tutkimusprosessin edetessä pintaan on pulpahtanut uusia kiinnostavia tutkimuskysymyksiä ja -aiheita, jotka poikkeavat paljonkin alkuperäisestä ongelmanasettelusta ja pohdinnoista, jotka houkuttelivat minut työstä-mään tutkimusta. Aloitin aiheeseen tutustumisen pohtimalla yritysten arvoja ja vastuullista toimintaa. Se johdatti minut tutustumaan tarkemmin sidosryhmäteorian oppeihin. Yritysmaailman näkökulmasta ja omaan ruohonjuuritason kokemukseeni perustuen sidosryhmäteoria sellaisenaan, esimerkiksi Carrollin ja Buchholtzin (2003) tai Näsin (1995) argumenttoimana, tuntui kuitenkin jossakin määrin etäiseltä. Lähdinkin pohtimaan aihetta pk-yritysten elintilan rakentamisen kannalta: mitä yritykset itse voivat tehdä ja tekevät asian eteen? Halusin tutkia yritysten mahdollisuuksia ja kiinnostustakin yhteiskunnalliseen osallistumiseen ja vaikuttamiseen sekä kumppanuuteen omien toimintamahdolli-

suuksiensa ja elintilansa luojana ja laajentajana. Näin tutustuin sosiaaliseen pääomaan käsitteenä ja yhtenä mahdollisuutena pohtia sidosryhmien merkitystä yritysten kannalta. Myöhemmin sosiaalinen pääoma jäi taka-alalle perehtyessäni tarkemmin niin varsinaiseen aineistoon kuin tutkimusaihiota sivuvaan aluepuheeseen. Tutkimustehtävä tiivistyi johdannossa esiteltyyn muotoon ja sen myötä kiteytyneisiin tutkimuskysymyksiin: miten keskipohjalaisyrietykset asemoituvat toimintaympäristössään sen hyvinvoinnin näkökulmasta, millaisia identiteettejä keskipohjalaisyrietykset itselleen diskursseissaan rakentavat ja millaista Keski-Pohjanmaata yritysten teksteissä rakennetaan?

3.1.3 Aineisto ja sen analysointi

Diskurssianalyysi sopii viitekehyykiseksi hyvin monenlaisen sosiaalista todellisuutta rakentavan aineiston analysointiin. Ongelmana on yleensä aineiston saatavuuden sijaan ennemminkin se, miten valita tarjolla olevasta runsaasta materiaalista olennainen niin, että aineiston käsitteleminen on mahdollista eikä seula kuitenkaan ole liian tiheä niin, että jotakin tutkimustehtävän kannalta tärkeää putoaa pois tutkimuksen piiristä (ks. Jokinen ym. 1993, 49; vrt. Phillips & Hardy 2002). Suoninen (2006) muistuttaa kuitenkin, että on parempi analysoida vähäisenkin aineisto tarkasti kuin hankkia runsaasti aineistoa, jonka tarkastelu jää sen paljouden vuoksi hyvin ylimalkaiseksi – vähästä paljon mieluummin kuin paljosta vähän.

Phillipsin ja Hardyn (2002, 70–74) mukaan aidoimmillaan diskursseja on löydettävissä tutkittavan kohteen ”luonnollisista” käytännöistä eli sen päivittäistä toimintaa ja toimintatapoja tarkastelemalla. Aineiston ei diskurssianalyttisessä tutkimuksessa ajatella kuvaavan tutkimuksen kohdetta vaan aineisto on osa sitä: osa sosiaalista todellisuutta tutkimuksen kohteena (vrt. Potter & Wetherell 1987, 173; Jokinen ym. 1993, 49). Tätä Phillipsin ja Hardyn (emt.) luonnolliseksi kutsumaa aineistoa ei erikseen hankita tutkimusta varten, vaan organisaatiota tutkittaessa siksi sopivat niissä käydyt jokapäiväiset keskustelut tai niiden ääni- ja videotallenteet, kokousmuistiot, lehtiartikkelit ja julkiset asiakirjat (ks. Jokinen ym. 1993, 49) ja organisaation symbolit, toimitilat ja mainonta (vrt. Phillips & Hardy 2002, 70–74). Jokinen ym. (1993, 49) sisällyttävät luonnollisiin aineistoihin myös haastattelut. Itse asiassa sopivimman (luonnollisen) aineiston ratkaisee kulloinenkin tutkimuksen kohde. Jos tutkittavana on jokin yhteisö kokonaisuudessaan, mykät aineistot (vrt. Takala 2005) ja muu jokapäiväinen vuorovaikutus palvelee tutkimusta kenties paremmin kuin tutkittaessa yksilöä ja tämän identiteettiä, jolloin taas haastattelu voi tarjota antoisampaa materiaalia (ks. Phillips & Hardy emt.; vrt. Guba & Lincoln 1989, 175–176). Phillipsin ja Hardyn (2002, 72) mukaan haastattelut voivat kyllä palvella muun muassa sosiaalisen kontekstin selvittämisessä luonnollisten käytäntöjen tulkinnan tukena, vaikka ne heidän mukaansa eivät kuulukaan tutkimuskohteiden luonnollisiin diskursseihin.

Joka tapauksessa tutkittavana ei ole mikään erityinen tutkimusta varten laadittu koeasetelma, vaan luonnollinen (vuorovaikutus)tilanne, josta pyritään tunnistamaan tutkittavan kohteen omia tai kohteessa vallitsevia näkemyksiä,

ajattelun tapoja ja tulkintoja. Niistä välittyvät niin ikään tutkittavan kohteen, esimerkiksi organisaation, perusoletukset sosiaalisen todellisuuden luonteesta ja sen lainalaisuuksista ja organisaation toimintaa ohjaavasta ja siihen vaikuttavasta ihmiskäsityksestä. Kaikki tieto on tutkittavalla, jolle tutkimuksella annetaan ääni. Tutkija ei ole asiantuntijan asemassa eikä oikeastaan tutkimusta tekemään lähtiessään tiedä edes vielä sitä, mitä ei tiedä. (Guba & Lincoln 1989, 138, 175.) Tutkimuksen kuluessa kumuloituva tieto – niin aineisto kuin sen muokkaama tutkijan oma ymmärrys – vaikuttaa ja muotoilee tutkimustehtävää teorian ja muiden ennako-oletusten ohella.

Guban ja Lincolnin (1989, 175–176) mukaan diskurssianalyttisen tutkimuksen aineiston vuorovaikutuksellisen luonteen vuoksi on luonnollista, että siihen perehdytään ensisijaisesti laadullisin menetelmin. Vuorovaikutuksellista aineistoa on luontevaa tutkia vuorovaikutuksen keinoin havainnoimalla, puhumalla ja keskustelemalla eli aistinvaraisesti. Laadulliset menetelmät ovat konstruktionistisessa tutkimuksessa etusijalla nimenomaan aineiston laadun vuoksi, ei siksi, että paradigma sulkisi pois kvantitatiiviset menetelmät. Paradigma eli viitekehys ei ole metodivalikoima, vaikka perusoletukset myös menetelmien valintaan ja käyttöön vaikuttavat. Mikään ei estä käyttämästä kyselylomakkeita tai gallupeja aineiston hankintaan ja analysoimasta aineistoa tilastollisin menetelmin, mikäli se tutkimuksen kuluessa, antamalla ääni tutkittaville, osoittautuu tarpeelliseksi. (Ks. myös Lincoln 1998a, 23–24.)

Oman tutkimukseni aineiston olen poiminut keskipohjalaisten yritysten kotisivuilta. Www-sivut kuuluvat yritysten tavoitteellisiin teksteihin, joilla yritykset pyrkivät tekemään vaikutuksen tai vakuuttamaan kulloinkin relevanttina pitämänsä yleisön mahdollistaakseen oman toimintansa, kuten myydäkseen tuotteitaan ja palveluitaan ja turvatakseen raaka-aineiden ja muiden toiminnan kannalta välttämättömien resurssien saannin. Tavoitteet virittävät yritykset puhumaan ja kuvaamaan asioita ja itseään jollakin niiden itsensä merkityksellisenä pitämällä tavalla. Ne ovat tavoitteellisuudessaan yksi yrityksen suunnitelmiensa toteuttamisen väline eli keino yrityksen päämäärien saavuttamiseksi. Tässä mielessä www-sivuista voi puhua strategisina teksteinä (vrt. Billig 1991, 18–20). Perelmanian (1996, 42–43) lainaten tavoitteellisen puheen (tai tekstin) ”jokainen argumentti edellyttää määrättyjen tosiseikkojen ja arvojen valitsemista ja niiden tietynlaista kuvaamista annetulla kielellä ja itse kunkin merkitystä ilmentävällä painolla. Tällainen lähtökohtien ja niiden kuvaus- ja esittämistapojen valinta sekä niiden arvon tai merkityksen punninta koetaan kannanotoksi sitä perustellummin, mitä selkeämmin on nähtävissä, että tarjolla olisi myös vaihtoehtoisia valintoja, muita esittämistapoja, arvoja ja painotuksia. ...Tiettyjen lähtökohtien valitseminen esityksen perustaksi ja siinä julkituotaviksi asettaa ne tietoisuudessa etualalle, antaa niille läsnäolon, jonka vuoksi niitä on mahdotonta sivuuttaa.” Kysymys on yrityksen retoriikasta, johon palaan tarkemmin luvussa 4.

Www-sivut ovat kiintoisaa aineistoa yritysten tutkimiseksi. Tavoitteellisen, tiiviin esitystavan vuoksi www-sivuilla kiteytyvät vahvasti niin yrityksen arvot ja intressit kuin yrityksen oma käsitys olemassaolonsa tarkoituksesta ja merkityksestä. (vrt. esim. Singh & Point 2006, 363). Tutkijan on myös helppo –

ja syytäkin? – palata sivuille tarkistamaan ja tarkentamaan havaintojaan ja päivitettävään niitä (vrt. Kozinetz 2002, 63–64). Viimeksi mainittua seikkaa tämän tutkimuksen tekijä ei pidä pelkästään tutkimuksen kulkua jouhevoittavana asiana. Aineistoa kertyy helposti ylen määrin, mikäli sivuja muutetaan ja kehitetään kovin taajaan, ja havaintojen ankkurointi aineistoon, mikä on yksi luotettavan diskursiivisen tutkimuksen kriteeri, voi käydä melko työlääksi.

Tutkimuksessani mukana olevat yritykset täyttävät kokonsa puolesta suunnilleen EU:n komission pk-yritysten määritelmän (2003). Sen mukaan pk-yrityksiksi voidaan määritellä yritykset, joiden henkilömäärä on enintään 249, vuosiliikevaihto noin 50 miljoonaa ja taseen loppusumma 27 miljoonaa euroa. Määritelmän mukaista pienempien (mikro)yritysten tekstejä ei ole karsittu pois tutkittavien joukosta, ja mukana on myös pari hieman mainitut rajat ylittävää yritystä. Sen sijaan EU:n pk-yrityksiltä edellyttämä riippumattomuuden kriteereitä – mikään suuryritys tai niiden joukko (konserni) ei saa omistaa pk-luokkaan luokiteltavan yrityksen pääomasta tai äänivaltaisista osakkeista 25 prosenttia tai enemmän – kaikki yritykset eivät täytä. Poikkeamistani tästä määritelmästä analysoitavia tekstejä valitessani perustelen sillä, että riippumattomuutta olennaisempaa tässä tutkimuksessa on yrityksen toimiminen Keski-Pohjanmaalla ja sen mahdollisuudet vaikuttaa maakunnassa ja maakuntaan omana toimintaympäristönään.

Koon ja toimintaympäristön (kotipaikan) lisäksi valintakriteerinä on käytetty taloudellista menestystä eli kannattavuutta, vakavaraisuutta ja maksuvalmiutta. Tutkittavien joukkoon on valittu näillä ulottuvuuksilla kärkeen sijoittuvia keskipohjalaisyrittäjiä. Tiedot tunnusluvuista on kerännyt analyysiyhtiö Balance Consulting Oy, joka listaa vuosittain kaikkien Suomen maakuntien 50 parhaiten näillä kriteereillä menestynyttä yritystä. Listaukset on julkaistu Kauppalehdessä marraskuussa 2004 ja 2005, ja ne kuvaavat yritysten tunnuslukuja vuosina 2003–2004. Muutama mukana oleva yritys on vuoden 2005 listauksen jälkeen vaihtanut omistajaa tai fuusioitunut toiseen yritykseen tai kasvanut reilustikin ulos pk-yritysten kokoluokasta. Fuusiot ja kasvu sinänsä olisivatkin aivan oman tutkimuksensa aihe.

Keskipohjalaisiksi yrityksiksi määrittelen tässä tutkimuksessa sellaiset yritykset, joiden kotipaikaksi Balance Consulting Oy:n listauksissa on nimetty jokin Keski-Pohjanmaan liiton toimialueen kunta lukuun ottamatta sen viittä osajäsenkuntaa. Muitakin mahdollisuuksia keskipohjalaisuuden määrittelemiseksi olisi ollut. Tosiasiallisesti määritelmä ohjautui tällaiseksi, koska virallisen maakunnan rajat ylittävältä historiallisen Keski-Pohjanmaan alueelta, määriteltiin se miten tahansa, ei listoille yrityksiä yllä mainituin kriteerein valittuna ajankohdalla yltänyt. Toinen, myös ”virallista” Keski-Pohjanmaata laajempi talousmaakunta taas on rajoiltaan niin häilyvä, että sitä en halunnut valinnan kriteeriksi ottaa, vaikka se tutkimuksen aiheen kannalta looginen raja olisi ollutkin.

Tässä yhteydessä voi kysyä ja on syytä perustella taloudellisten tunnuslukujen relevanttiutta mittaamaan menestystä ylipäätään ja erityisesti oman tutkimukseni kannalta. Perustelen valintaani lainaamalla listaukset tehneen tahon sanoiksi pukemaa menestyksen määritelmää, joka kiteyttää ytimekkäästi myös

omat ajatukseni asiasta nimenomaan tämän tutkimuksen tavoitteiden ja tutkimusta alun perin motivoivan intuitioni näkökulmasta:

...Mitä menestys sitten on? Yrityksen menestymiselle voitaisiin määrittää toki monia muitakin kriteerejä kuin tässä lehdessä käytetyt. Osalle yrityksen menestys tarkoittaa pelkästään sen kykyä tuottaa omistajilleen voittoa juuri nyt. ...menestysyritykseltä vaaditaan tilinpäätöksessä näkyvää huippuluokan vakavaraisuutta, maksuvalmiutta, kannattavuutta, yli 1,7 miljoonan euron liikevaihtoa ja vakaata kasvua. Vahva rahoitusrakenne ja maksuvalmius takaavat yritykselle tulevaisuuden. Ne antavat kyvyn investoida, sopeutua suhdannevaihteluihin – ja myös maksaa osinkoja sitten kun yrityksen omat tarpeet on tyydytetty. ...
Kauppalehti Optio 18.12.2003

Taloudellisilla tekijöillä on yllä kuvatusti keskeinen merkitys yritysten olemassaololle ja toiminnan jatkuvuudelle, mikä taas vaikuttaa niiden mahdollisuuksiin vaikuttaa ympäristössään, mikä puolestaan on tässä tutkimuksessa keskeistä. Muitakin menestyksen tai onnistuneen toiminnan määritelmiä lienee löydettävissä, enkä kiistäkään menestyksen määrittelyn moninaisuutta. Menestys ja sen syyt eivät kuitenkaan ole tämän tutkimuksen ytimessä. Tyydyn avaamaan käsitettä diskurssianalyysin hengen mukaisesti edellä kuvatusti sen verran, että lukijalle käy selväksi, mitä sillä tässä tutkimuksessa on tarkoitettu ja miksi juuri tämä määritelmä on valittu menestyksen kuvaamiseksi.

Aivan kaikkien mittauksissa menestyneiden yritysten kotisivuja ei tätä kirjoitettaessa ollut saatavilla. Osalla yrityksistä, vaikka niiden kotipaikka Keski-Pohjanmaalla onkin, on valtakunnallisesti niiden edustaman ketjun kanssa yhteiset sivut; nämä yritykset jätettiin tutkimuksen ulkopuolelle. Mukaan aineistoon valikoituivat lopulta 35 yrityksen tekstit.

3.1.4 Raportointi

Kuten aiemmin totesin, teorian merkitys diskurssianalyttisessä tutkimuksessa on selittää ja perustella käytettyä lähestymistapaa (vrt. Suoninen 2006); viitekehys ja merkitysten antamisen eli johtopäätösten tekemisen tapa on tehtävä näkyväksi tutkimusraportissa, koska diskurssianalyttisen viitekehyksen mukaisesti teksteistä tehtävät johtopäätökset ovat tutkijan oman tulkinnan tulosta. Sekä tutkija että kielen käyttäjä voivat löytää monta potentiaalisesti mielekästä merkitystä käyttämästään kielestä, ja analysoivat tekstit voivat antaa aihetta hyvinkin monenlaisille tulkinnoille. Johtopäätöksiä ei voi validoida mittaamalla ”todellista asiain tilaa”, koska kielessä rakentuvia tutkimuksen kohteena olevia sosiaalisia todellisuuksia voi periaatteessa olla yhtä paljon kuin sen tulkitsijoita. Validoinnin sijaan merkityksellistä on tehdä näkyväksi se, mitä kielellä tuotetaan eli miten kielellä voidaan rakentaa erilaisia todellisuuksia, ja miten nämä todellisuudet vaikuttavat sekä toimintaamme ja puheeseemme, tapaamme olla ja käyttäytyä että itse asiassa aiemmin kuvatusti myös havaitsemiimme toiminnan mahdollisuuksiin. Yksinkertaisesti tavoitteena on osoittaa sosiaalisen todellisuuden kielessä rakentuva luonne ja rakentumisen merkityksellisyys yhteisöä muokkaavana tekijänä. Tutkimuksen pätevyyttä ei myöskään voida arvioida sen reliaabeliuden pohjalta: toistettavuuden sijaan tutkija pyrkii tulkitsemaan

eri toimijoiden (yritysten) tapahtumille ja toiminnalleen sekä olemassa olleen eri tilanteissa antamia merkityksiä (vrt. Phillips & Hardy 2002, 78–81).

Tietyllä tapaa me molemmat myös ylläpidämme näitä (yritysetiikan saamia) merkityksiä: johtaja työskennellessään yritysmaailmassa ja minä tehdessäni tutkimusta aiheesta. Me luultavasti myös tuotamme tekstejä, joissa näitä merkityksiä ylläpidetään ja jotka konstruoivat yritysetiikkaa tietyllä tavalla. ...Tutkimusta tehdessäni jouduin toteamaan, että vaikka tutkijan tehtävänä on aina tavoitella totuutta, joskus on annettava periksi. Vaikka olen selvittänyt, miten aiheesta puhutaan liike-elämässä, minulla ei ole vastausta kysymyksiin, mitä eettinen toiminta on tai mitä on yrityksen yhteiskuntavastuu. Tutkimuksen edetessä olen myös joutunut pohtimaan omaa käsitystäni eettisestä toiminnasta yhä uudelleen. Mikä on oikein? Millainen vastuun kantaminen on tarpeeksi? Tutkimuksen edetessä käsitykseni etiikasta on tullut selvästi suhteellisemmaksi ja nyt ymmärrän paremmin eri näkökantojen edustajia ja asian monitahoisuutta. (Vehkaperä 2003, 103, 104.)

Esimerkiksi yritysten strategisia tekstejä tutkittaessa niistä löydetty merkitykset ja tulkinnat voivat vaihdella sen mukaan, mitä niistä haetaan. Omassa tutkimuksessani vaarana on muun muassa, että hyvän mielikuvituksen avulla todella löydän teksteistä pelkästään sitä, mitä sieltä edellä kuvattujen ennakkokäsitysteni pohjalta olen lähtenyt etsimään. Siksi yritän ankkuroida havainnot ja niistä tehtävät johtopäätökset vankasti aineistoon ja kytkeä aineistosta tekemäni tulkinnat siitä poimittuihin esimerkkeihin. Argumentoin havaintojeni relevanttiutta tukevasti tutkittavaan vuorovaikutustapahtumaan, tilanteeseen ja kielen käyttöön perustuen (vrt. Greatbatch & Dingwall 1998, 131–132; ks. myös Jokinen ym. 1993, 49, 51–53); Jokisen ym. (1993, 28) sanoin minun voisi sanoa tekevän perusteltua tulkintaa aineistostani käymällä sen kanssa tiivistä vuoropuhelua.

Yllä kuvattu ankkurointi ja tutkimusprosessin tarkka kuvaus kuuluu olennaisena osana tutkimuksen laadun arviointiin. Laatua ei arvioida sen mukaan, voidaanko jokin teoreettinen hypoteesi pitävästi, pätevin (validein ja reliabelein) mittarein todistaa oikeaksi tai vääräksi (vrt. verifiointi ja falsifiointi). Konstruktionistisista lähtökohdista laatua voidaan sanoa arvioitavan koko tutkimusprosessin ajan – konstruktionisti arvioi niin tutkimuksen tekemisen tapaa, siinä syntyneen ja tutkimuksen aineiston hankkimiseksi ja analysoimiseksi käydyn vuorovaikutuksen laatua kuin vihdoinkin itse tuloksiakin. Samalla tulee vielä kertaalleen perustelluksi myös se, miksi metodologiaa koskevalla teoriolla ja ymmärryksellä on keskeinen sija konstruktionistisessa tutkimuksessa. Guba ja Lincoln (1989, 228–251; 2005, 205–209; vrt. Schwandt 1996) pitävät laadun arviointia sisäänrakennettuna konstruktionistien tutkimuksen sykliseen prosessiluonteeseen ja siihen olennaisesti kuuluvaan jatkuvaan reflektointiin (ks. myös Lincoln 1998a 25–26). Läpi koko tutkimuksen tapahtuva reflektointi on siis olennainen osa laadun arviointia. Tutkimusprosessiin sisäänrakennetusta luotettavuudesta tai paremmin sen validiuden arvioinnista ja osoittamisesta voidaan puhua tutkimuksen autenttisuutena. Tiivistettynä raportissa pitää näkyä ensiksikin se, mistä ja miksi tutkimustehtävä on alun perin saanut alkunsa ja miten tehtävä on kehittynyt tutkimusprosessin kuluessa. Toisekseen siinä pitää näkyä tiedon kumuloitumisprosessi eli se, miten tieto tutkimuksen kohteen kertomana ja sen tarjoamaan aineistoon ankkuroituna lisääntyy ja antaa perusteita

tehdä tutkimusraporttiin kirjattuja johtopäätöksiä. Kolmanneksi raportista pitää käydä ilmi, mitä hyötyä tai käytännön merkitystä tutkimuksella on – miten se vaikuttaa vallitseviin käsityksiin ja puheen tapoihin ja miten se ehkä mahdollistaa uusia toiminnan ja ajattelun tapoja.

3.1.5 Yhteenveto

Diskurssianalyttiselle metodologialle on kiteytettynä luonteenomaista ennakkoluuloton ja avoin suhtautuminen uusiin tutkimuskysymyksiin ja se, että jokin odottamaton tapahtuma tutkimuksen kuluessa saattaa paljastaa uusia tutkimisen aiheita ja näkökulmia ja saada aikaan jopa kaaoksen tutkimusasetelmassa (Phillips & Hardy 2002, 68–70; vrt. Guba & Lincoln 1989, 255). Tämä diskurssianalyttisen tutkimuksen luonne konkretisoitui varsin vahvasti omaa tutkimustani työstäessäni. Diskurssianalyysin eläväinen luonne tekee tutkimustehtävän rajaamisesta haastavan tehtävän, mutta toisaalta sen (lisä)arvo traditio-naalisiin, perusoletuksiltaan funktionalistisiin menetelmiin ja näkökulmiin nähden piilee juuri sen avoimuudessa ja individualistisuudessa, sen sallimassa joustavassa tavassa käsitellä ongelmaa ja käyttää metodeja. Se tarjoaa myös työkaluja sellaisten sosiaalisen todellisuuden ennen kokemattomien tai uusien ilmiöiden tutkimiseen, joihin voi olla vaikea saada otetta perinteisin tutkimuksen menetelmin (esimerkiksi virtuaaliorganisaatiot, ks. Phillips & Hardy 2002) tai saattaa tuoda uusia näkökulmia ja muokatakin vakiintuneita käsityksiä jostakin asiasta (vrt. Keski-Pohjanmaan maakunta). Vaikuttamisen kannalta diskurssianalyysi saattaa tarjota relevanttia, käytännössä melko helpostikin hyödynnettävää tietoa tuomalla tietoisuuteen jokaisen omia vaikuttamisen mahdollisuuksia ja mekanismeja (vrt. saadun tiedon käytettävyyden merkitys tutkimuksen oikeuttajana ja laadun osoittajana) (vrt. esim. Phillips & Hardy 2002, 74). Phillipsin ja Hardyn (2002, 68–70) mukaan tasapainoilu suunnitellun ja suunnittelemattoman välillä tutkimusta edistävästi vaatii uskallusta ja metodin kehittyvää hallintaa. Työ tekijäänsä kuitenkin neuvoo: taito poimia merkittävät uudet kysymykset lähemmin tarkasteltavaksi kehittyä tutkijan perehtyessä metodologiaan ja käyttäessä valitsemaansa metodologiaa (vrt. emt. esim. s. 11; ks. myöskin Wetherell & Potter 1998, 103–104).

Omia ennakko-oletuksia reflektoidessani olen havainnut välillä ikävälläkin ja tutkimuksen työläyttä lisäävällä tavalla todeksi sen, että tutkija ei koskaan voi päästä kokonaan tutkimansa sosiaalisen todellisuuden ulkopuolelle. Tutkimustehtävääni työstäessäni ja niin teoreettista kuin empiiristäkin aineistoa kerätessäni ja yhdistellessäni ja peilattessani sitä omiin ennakkokäsityksiini olen joutunut toteamaan, että omat, aluksi kovinkin vallankumouksellisilta tai uutta tietoa tuottavilta vaikuttaneet näkemykseni on jo aika moneen kertaan tuotu julki ja analysoitukin. Toisaalta perehtyminen tutkimuksen ja tieteellisen ajattelun erilaisiin mahdollisuuksiin ja paradigmoihin ja niiden merkitykseen tutkimustehtävän muotoilulle ja tutkimuksen työstämisen mahdollisuuksille on avannut kaltaiselleni pragmaatikolle sekä aivan uuden tavan ylipäätään tarkastella yhteiskunnan eri ilmiöitä että ymmärtää erilaisten näkökulmien merkityk-

sellisuuden tutkimustehtävän kypsymisessä ja tutkimusprosessin kehityksessä ja ohjautumisessa.

Jos tutkija itsekään ei tarkoin tiedä, mihin hän haluaa vastauksia, herännee kysymys siitä, miten hän voi ylipäättään tietää tai päättää, mitä lähteä tutkimaan – mikä sysää tutkimuksen liikkeelle? Guba ja Lincoln (1989, 176–177) puhuvat tutkijan elämäkokemusten myötä omaksumasta hiljaisesta tiedosta, jonka ohjaamana tutkiminen käynnistyy. Tähän kuuluneeseen myös aihetta hahmoteltaessa tutkijan tiedossa mahdollisesti oleva aiempi aihetta koskeva tutkimustieto (vrt. Phillips & Hardy 2002, 65). Hiljaisen tiedon Guba ja Lincoln (emt.) määrittelevät jo olemassa olevaksi tiedoksi, jota tai oikeammin jonka alkuperää ei vielä pystytä pukemaan sanoiksi – tietoa ei pystytä perustelemaan. Hiljaista tietoa voidaan ajatella myös tilannetaajuna tai aistimuksina. Hiljaisen tiedon merkityksestä esimerkkinä he käyttävät opettajaa, joka uuteen työpaikkaan tullessaan jo ensimmäisen työpäivänsä kuluessa pystyy kertomaan muun muassa, kenenkään kanssa varsinaisesti asiasta keskustelematta, johdetaanko koulua autoritaarisesti, ovatko koululaiset tyytyväisiä ja onnellisia tai onko koulussa annettu opetus ajanmukaista. Tutkimuksen aihe muotoutuu hiljaisen tiedon ohjaamana, mutta vasta tutkimusta varten yllä kuvatulla tavalla hankittuun aineistoon paneutumalla on mahdollista löytää asioita tai asiakokonaisuuksia, jotka uuden tiedon luomiseksi ovat tärkeitä – tutkimuksen kohteelle merkityksellisiä, sen identiteettiä rakentavia diskursseja. Ne muokkaavat myös (mahdollisesti teoriaa koskevan tiedon jo muokkaamaa) tutkimustehtävää ja auttavat tutkimuskysymysten täsmentämisessä. (Vrt. myös Billig 1991, 60–62.)

Oma hiljainen tutkimusta alkuun sysännyt ymmärrykseni ja tietoni liittyi vähitellen muotoutuneeseen ristiriitaiseen käsitykseeni Keski-Pohjanmaan maakunnasta. Alue rakentui mielessäni toisaalta laajalti tunnustetun, omakeimaisen ja arvostetun kulttuurin tyyssijaksi ja menestyvien yritysten kotipaikaksi ja toisaalta hieman eripuraiseksi, sekä itseään että naapureitaankin väheksyväksi hajanaiseksi alueeksi. Jälkimmäisen käsitys kuulostaa karulta tähän kirjoitettuna, ja se on toki kärjistetty jännitteen havainnollistamiseksi. Tämä ristiriita kuitenkin oli yksi tutkimusta liikkeelle paneva ja kysymyksiä nostattava, myös omien näkemysten kyseenalaistamista vaativa tekijä. Teoreettinen tietämykseni hyvinvoinnista ja pk-yrityksistä oli sen sijaan vähäistä, vaikka sittemmin osoittautuikin, että intuitioineni olin oikeilla jäljillä.

3.2 Merkitykselliset tarinat ja diskurssien tutkimisen merkitys

Diskurssianalyttisen tutkimuksen kohde on kieli – tarinat, tekstit, puhe ja puheen tavat – todellisuutta ylläpitävänä ja muokkaavana voimana. Gabriella (1998) mukaillen tutkittaessa sosiaalisen todellisuuden rakentumista kielen välityksellä tekstien valinnassa kannattaa kuitenkin olla maltillinen: kaikki tarinat eivät hänen mielestään ole yhtä tärkeitä. Merkitykselliset tarinat välittävät kokemuksia, eivät vain informaatiota tai tosiasioita. Niissä on sekä juoni, toimijoi-

ta että toimintaa. Merkityksellinen tarina symboloi tai tiivistää jotakin tutkimuksen kohteena olevasta yhteisöstä ja sen tavoitteista ja jopa vaikuttaa kuulijoihinsa jollakin tavoin tai ainakin tavoittelee vaikuttamista. Yrityksissä jokikinen piirtoheitinkalvo, konsultin raportti tai ohimennen vaihdetut mielipiteet eivät välttämättä sisällä organisaation jäsenille konstruktionistisessa mielessä merkityksellistä tarinaa, eivätkä ne siten ole myöskään relevantteja tutkimuksen kohteita. Sen sijaan erilaiset organisaation strategiset tekstit, jotka laaditaan tietoisesti jotakin tavoitellen – kuten pyrkien vakuuttamaan yleisö omasta ammattitaidosta ja luotettavuudesta – kuuluvat periaatteessa sen merkityksellisiin, organisaation ja sen ympäristön sosiaalista todellisuutta rakentaviin tutkimisen arvoisiin teksteihin (vrt. myös Phillips & Brown 1993, 1548). Päästäkseni kiinni siihen, mikä merkitys keskipohjalaisilla yrityksillä on tai voisi näkyväksi tehtynä olla omassa toimintaympäristössään sen hyvinvoinnin ja elinvoimaisuuden kannalta, keskityn analysoimaan yritysten www-sivuja, jotka aiemmin Billigiä (1991) mukaillen olen määritellyt yhdeksi yrityksen strategiseksi, sen suunnitelmien toteuttamisen ja päämäärien saavuttamisen välineeksi. Tutkin, millaista sosiaalista todellisuutta yritykset puheissaan rakentavat toimintaympäristöön, ja mitä vaihtoehtoja tai uutta annettavaa yrityksillä voisi olla vallitsevalle aluepuhunnalle.

Diskurssianalyttisessä tutkimuksessa halutaan tehdä näkyväksi sekä sosiaalisen todellisuuden konstruoituva luonne että siinä vallitsevat itsestäänselvyydet ja annettuna totuutena pidetyt seikat, dominoivat diskurssit, ja näiden institutionalisoituneiden käsitysten havaitsemaamme todellisuutta ylläpitävä ja uusintava luonne. Kyseenalaistamalla tutkimuksen avulla vallitsevia näkemyksiä ja totuutena pidettyä yhteiskunnallista järjestystä – tekemällä tutusta vierasta (vrt. Jokinen 2006) – on mahdollista tehdä vaihtoehtoiset olemisen tavat tai niiden mahdollisuus näkyväksi: toisinkin voi olla. (vrt. mm. Phillips & Hardy 2002, 84–86; ks. myös Willig 1998, 94–95) Diskursseja tutkimalla voidaankin tehdä näkyväksi käyttämättömiä mahdollisuuksia. Toisaalta diskurssianalyysin avulla voidaan paljastaa myös Jokisen ym. (1993, 43; ks. myös Potter & Wetherell 1987, 187) ideologisiksi nimeämiä, joskus huomaamatta alkuperäiseen tarkoitukseen verrattuna päinvastaisiksi, yhteisön tai yksilöiden kannalta jopa kielteisiksikin muotoutuvia diskursiivisen vallankäytön seurauksia.

Kuten jo aiemmin olen todennut, konstruktionistisen näkökulman merkitys ja voima on siinä, että se paitsi tekee näkyväksi vaihtoehtoiset todellisuudet ja epäkohdat tuo päivänvaloon myös ihmisten ja heidän muodostamiensa erilaisten yhteisöjen mahdollisuudet vaikuttaa oman elämänsä laatuun ja olosuhteisiin. Konstruktionistien näkökulmasta jokainen yksilö, yhteisö tai instituutio tutkimuksen kohteena mielletään kulttuuriseksi toimijaksi, joka rakentaa ja ylläpitää todellisuuttaan toiminnassaan ja puheessaan eli vaikuttaa itse ympäristöönsä ja siinä vallitseviin olosuhteisiin. Todellisuuden sosiaalisissa käytännöissä konstruoituvan luonteen vuoksi jokikisellä meistä on periaatteessa mahdollisuus vaikuttaa siihen ja muokata sitä. Havaittuihin epäkohtiin ei tarvitse alistua vaan niihin voi puuttua ja niitä muuttaakin. Jokaisen toimijan voidaan itse asiassa ajatella olevan suorastaan vastuussa omasta ympäristöstään ja ympäröivän

sosiaalisen todellisuuden luonteesta – valintamme vaikuttavat sen muokkaukseen. Tämä relativistisestikin moitittu konstruktionistinen ajattelu- ja lähestymistapa ja sen myötä tiedostettu sosiaalisen todellisuuden konstruoituva luonne voi olla itse asiassa suorastaan vapauttava tieto: kielessä rakentuvassa todellisuudessa asiat voivat olla myös toisin. Vaikka koskaan ei voisikaan olla varma siitä, mikä on paras ratkaisu, sitä on kuitenkin mahdollista aktiivisesti etsiä. (Vrt. Willig 1998, 94–96; ks. myös Burr 1998, 24–25; vrt. Merttens 1998, 63 & Billig 1991, 25.)

Konstruktionistisen tutkimuksen tehtävä onkin tehdä näkyväksi vallitsevia kielen käytön tapoja ja niiden ajattelua ja toimintaa ohjaavaa merkitystä sekä vaihtoehtoisten ajattelutapojen mahdollisuutta ja kielen voimaa vaikuttamisen ja muutoksen voimana ja aikaansaajanakin. Pyrkimyksenä on päästä irti itse kielessä rakentamistamme määrittelymme rajoista kyseenalaistamalla niin valitsemia tarinoita, käytettyjä käsitteitä kuin niin kutsuttuja annettuja kategorioitakin ja niiden toimintaa ja käytöstä ohjaavia merkityksiä. Yhteiskuntatieteellinen tutkimus voi olla yksi mahdollinen tapa vaikuttaa ja muokata sosiaalista todellisuutta ja samalla ikään kuin yhteiskuntapoliittinen kannanotto (Guba & Lincoln 1989, 253). Guban ja Lincolnin (2005, 201) mukaan yhteiskunta- ja sosiaalitieteellistä tutkimusta voidaan käyttää yhteiskunnalliseen muutokseen ja kehittämiseen tähtäävän toiminnan käynnistäjänä ja moottorina – tutkimuksen arvo perustuu sen käytännön hyödynnettävyyteen. Laadun osoittamisen lisäksi tutkimuksen muutoshakuisuutta motivoivat heidän mukaansa poliittiset ja eettiset syyt. Tällaisina syinä voi pitää esimerkiksi sekä halua toimia ja osallistua että vastuullisuutta ja velvollisuudentuntoa: tieto ja ymmärrys velvoittaa toimimaan (ks. myös Lincoln 1998a, 18–23 & 1998b, 316–318; vrt. Billig 1991, 15–17). Muutos ei sinänsä ole itseisarvo, mutta joskus varsin tarpeellinen, sillä muutoksen tarve voi syntyä jokapäiväisestä elävästä elämästä ja käytännön ongelmista, joiden ratkaisemiseksi joskus tarvitaan perusteellisempaa perehtymistä ongelmien syntyyn ja laatuun (vrt. Phillips & Hardy 2002, 65–66).

Omalla tutkimuksellani haluan osallistua keskusteluun Keski-Pohjanmaan maakunnan vetovoimaisuudesta alueelle mahdollisten identiteettien ja alueen hyvinvoinnin näkökulmasta tekemällä näkyväksi sitä potentiaalia, mikä alueella on olemassa. Tutkimuksen ja tutkimustehtävän perusteltavuuden ja tutkimuksen hyödyn kannalta olennaista on se, miten käyttämästäni aineistosta tekemäni johtopäätökset yritysten identiteeteistä ja niiden olemisen ja puhumisen tapojen viestittämisestä asemoitumisesta hyvinvoinnin näkökulmasta kommunikoidut jo olemassa olevan alueen elinvoimaisuutta koskevan vakiintuneen tietämyksen ja tutkimuksen kanssa (vrt. Jokinen ym. 1993, 23–24) tai mitä vaihtoehtoisia tapoja ne keskusteluun voisivat tuoda. Tavoitteeni on yritysten strategisten tekstien pohjalta tehdä näkyväksi yritysten merkitystä omassa toimintaympäristössään eli lisätä historiallista ja kontekstuaalista ymmärrystä (yritysten merkityksestä) ja yhdistellä jo olemassa olevaa tietoa uudella tavalla sekä tehdä siitä uusia näkökulmia sisältäviä tulkintoja (vrt. esim. Jokinen ym. 1999, 60).

3.3 Metodologiasta metodin valintaan

3.3.1 Tutkimuksen jäsentämisen merkitys metodin valinnassa

Guban ja Lincolnin (1989) mukaan konstruktionistinen, diskurssianalyttinen viitekehys mahdollistaa useiden erilaisten menetelmien käytön (vrt. myös Jokinen ym. 1993, 17; ks. myös Phillips & Hardy 2002, 74–77). Mahdollisimman hedelmällisten metodien valitsemiseksi tutkimusta on syytä ensin jäsentää miettien sekä itse tutkimustehtävää ja -asetelmaa, niiden mukaista ensisijaista tutkimuksen kohdetta että tutkimuksen tavoitteita (vrt. Jokinen ym. 1999, 54–56; Suoninen 2006; ks. myös Phillips & Hardy 2002, 61–70). Tutkimuksen kohteen ja tavoitteiden lisäksi tutkimuksen aikataulutuksella ja aineiston saatavuudella on merkitystä metodin valinnan kannalta. Metodiset pohdinnat puolestaan auttavat tutkimustehtävän ja tutkimuksessa käytettävän materiaalin rajaamista. Diskurssianalyysin mahdollistama (ja edellyttämä?) metodipluralismin mahdollisuus sinänsä on esimerkiksi Phillipsin ja Hardyn (emt. 82–83) mielestä hyvä ja sopiva tapa muuttuvan maailman tutkimiseen, ymmärtämiseen ja kehittämiseen; metodi ei ainakaan suoralta kädeltä kahlitse tai estä uusia näkökulmia ja mieltämisen tapoja.

3.3.2 Jäsentämisen tapa tässä tutkimuksessa

Diskurssianalyttistä tutkimusta voidaan jäsentää esimerkiksi sen mukaan, ovatko ensisijaisena tutkimuksen kohteena yksittäiset tekstit vai niiden kontekstuaaliset ulottuvuudet ja halutaanko tutkimuksessa ensisijaisesti tarkastella kriittisesti vallan, tiedon ja ideologian dynamiikkaa vai paneutua diskursiivisen prosessien tarkasteluun yleensä. Tämän jäsennyksen pohjalta voidaan puhua sosiolingvivistisestä analyysistä, tulkitsevasta strukturalismista, kriittisestä diskurssianalyysistä ja kriittisestä lingvivistisestä analyysistä diskurssianalyttisinä lähestymistapoina (taulukko 1). (Phillips & Hardy 2002, 20.)

TAULUKKO 1 Diskurssianalyttiset lähestymistavat Phillipsin ja Hardyn (2002, 20) mukaan

	Konteksti		
Konstruktivismi	Tulkitseva strukturalismi	Kriittinen diskurssianalyysi	Kriittisyys
	Sosiolingvistinen analyysi	Kriittinen lingvistinen diskurssianalyysi	
	Teksti		

Omaa tutkimustani jäsenän kuitenkin Jokisen ym. (1999) esittämällä tavalla. Tutustuttuani erilaisiin tutkimuksen jäsentämisen mahdollisuuksiin olen todennut heidän tapansa tukevan konkreettisesti oman aiheeni ottamista haltuun siinä määrin kuin haltuun ottamisesta ja hallitsemisesta voidaan konstruktionistisessa tutkimuksessa ainakaan tutkimuksen alkuvaiheessa puhua. Joka tapauksessa Jokisen ym. (emt.) tapa jäsenellä tutkimusta on avannut minulle itse konstruktionismin viitekehystä ja sen merkitystä tutkimuksen tekemiselle käytännössä.

Jokinen ym. (1999) nimeävät neljä eri ulottuvuusparia, joilla diskurssianalyttinen tutkimus on jäsennettävissä. Ensiksikin tutkimusta voidaan jäsentää sen pohjalta, halutaanko tutkia enemmän yksittäistä vuorovaikutustilannetta vai tapahtumien historiallista kontekstia ja niiden sijoittumista ja merkitystä kulttuuriselle jatkumolle. Toiseksi jäsentelyä voidaan tehdä sen perusteella, tutkitaanko ensisijaisesti itse merkityksiä vai niiden syntymisen prosessia. Kolmanneksi tutkimusta voidaan jäsentää sen pohjalta, tutkitaanko pääasiassa vuorovaikutuksen kautta tapahtuvaa vaikuttamista ja sen tapoja vai vuorovaikutuksen osapuolten yhteisten merkitysten ja todellisuuden tuottamista. Neljänneksi jäsentelyä voidaan tehdä sen perusteella, miten ja millaiseen keskusteluun tutkimuksella halutaan osallistua: halutaanko ensisijaisesti ”paljastaa” yhteisössä vallitsevia valtasuhteita vai tehdä näkyväksi sen sosiaalisen todellisuuden rakentumisen tapaa. Näistä ulottuvuuspareista voidaan piirtää diskurssianalyttistä tutkimusta kuvaava ja sen painotuksia konkretisoiva kartta (kuvio 2). Kaikki ulottuvuudet ovat läsnä diskurssianalyttisessä tutkimuksessa, mutta painottuvat eri tavoin tutkimuksen eri vaiheissa (ks. Jokinen ym. 1999, 54–56). Tutkimustehtävä ja sen kehittyminen (vrt. Phillips & Hardy 2002) ohjaa tutkimuksen jäsentämistä.

Tilanteisuus	I----- I	Kulttuurinen jatkumo
Merkitykset	I----- I	Merkitysten tuottamisen tavat
Retorisuus	I----- I	Responsiivisuus
Kriittisyys	I----- I	Analyttisyys

KUVIO 2 Diskurssianalyttisen tutkimuksen kartta (Jokinen & Juhila 1999, 55)

Seuraavassa tekstissä erittelen tarkemmin näitä tutkimuksen jäsentämisen tapoja ja merkitystä tutkimukselle sekä esittelen samalla omaa tapaa jäsentää tutkimusta. Tekstin lopussa on koonti omasta jäsentämisen tavastani sitä kuvaavine kartoineen (kuvio 3).

Tilanteisuus – kulttuurinen jatkumo

Kontekstia ei voida sivuuttaa tutkittaessa merkityksiä tai niiden syntyä. Tutkimuksen analyysivaiheessa on kuitenkin mahdollista jättää konteksti huomiotta ja tutkia merkitysten tuottamista ja toimijuuden (identiteetin) rakentumista teksteissä paikallisesti tässä ja nyt (Jokinen ym. 1999, 56–60). Jokinen ym. (emt., 60) puhuvat tästä tutkimusorientaatiosta kulttuurin analyttisenä sulkeistami-

senä. Aineisto rajataan silloin tarkasti ja sitä analysoidaan mahdollisimman hienovaraisesti ja yksityiskohtaisesti. Analyysissä pyritään tunnistamaan toimijoiden itsensä luomia kategorioita ja väitteitä kategorioiden resurssoisiksi ja perustelemiseksi. Toimijan itsensä tekemästä kategorisoinnista ja sen perustelusta seuraavassa esimerkkinä ote Keski-Pohjanmaan maakuntaliiton maakuntaohjelmasta 2007–2010 (kategoriat lihavoitu, perustelut alleviivattu):

[Keski-Pohjanmaan] Maakunnan **elinkeinorakenne on monipuolinen ja poikkeaa muusta maasta selvästi**. Kokkolassa sijaitseva kemian suurteollisuus on alueemme vahva veturi, jonka elinvoimaisuus on erittäin tärkeää. Maakunnassa on vahvaa pk-teollisuutta metalli- ja konepajateollisuudessa, mekaanista puu- ja rakennusteollisuutta, ohjelmistoalan palvelutuotantoa sekä useita kaupan- ja palvelualan yksiköitä. Maakunnan työpaikkakehitys on ollut viime vuosina kaiken kaikkiaan erittäin positiivista. Vuosina 2000-2003 Keski-Pohjanmaa onnistui kasvattamaan kokonaistyöpaikkamääräänsä yli kaksinkertaisesti maan keskiarvoa enemmän. Tämä selittyy osaltaan matalammalla lähtötasolla mutta myös maakunnassa harjoitetulla onnistuneella elinkeino- ja työllisyyspolitiikalla.

Analyysiä edeltävässä tutkimuksen selostuksessa aineisto kontekstualisoidaan Jokisen ym. sanoin vain ”kevyesti”. Aineistosta tehdyt johtopäätökset voidaan sitten liittää osaksi laajempaa kontekstia, esimerkiksi peilata muuhun julkiseen keskusteluun tai institutionalisoituihin ehtoihin tai käsityksiin – dominoiviin diskursseihin – sen ohjaamana, mitä tutkija tavoittelee ja haluaa tutkimuslleen sanoa. (Vrt. Jokinen ym. 1999, 56–60.)

Diskurssien kulttuurista jatkumoa tutkittaessa voidaan tutkia joko diskurssien kontekstia tai kulttuurin diskursiivista rakentumista. Kontekstin tutkiminen on mielekästä toiminnan ja toimijoiden eri yhteyksissä saamien erilaisien merkitysten vuoksi – kuten aiemmin on todettu, sama ilmiö tai tapahtuma voi merkitä aivan eri asiaa ja siitä voi seurata tai sitä voidaan käyttää aivan erilaisiin tarkoituksiin eri yhteyksissä. (Jokinen ym. 1999, 60–62). Nämä lause-, episodi- ja vuorovaikutuskontekstit rakentuvat kieltä käytettäessä, joten niitä voidaan paikantaa ja tunnistaa suoraan tutkimusta varten kerätystä aineistosta (ks. Jokinen ym. 1993, 29–35). Kontekstilla ei selitetä tai perustella analyysiä, vaan kontekstit ja niiden merkitys ilmiöiden tulkinnalle itsessään ovat tutkimuksen kohteena. Tutkimuksen kohteena on toisin sanoen diskurssien yhteiskunnallinen ja historiallinen tausta ja niiden molemminpuolinen riippuvuus-suhde: miten diskurssit luovat mainittua taustaa ja miten tausta vaikuttaa diskurssien syntyyn? Konstruktionistista filosofiaa noudatellen tutkija ei kiellä enakkokäsitystensä olemassaoloa, mutta pyrkii mahdollisuuksien mukaan jättämään ne taka-alalle analyysivaiheessa ja keskittymään pelkästään itse aineistoon ja sen tarjoamiin välittömiin kontekstin tulkinnan mahdollisuuksiin.

Saman asian eri yhteyksissä saamia erilaisia merkityksiä kuvaavat seuraavat katkelmat valtion virastojen hajasijoittamisesta. Esimerkkejä luettaessa voi pohtia esimerkiksi sitä, mikä saa eri tahot puhumaan asiastaan niin kuin he puhuvat (vrt. Rajanti 2006): millaiset intressit tai asiayhteydet taustalla vaikuttavat, missä tilanteessa tai mistä asemasta kukin puhuja puhuu ja mitä intressejä puhujalla on puolustettavanaan?

Eläkeaalto ajaa maakuntiin – Kun takavuosina puhuttiin valtion virastojen hajasijoittamisesta, kiistely oli äänekkästä. Sekä kannattaminen että vastustaminen olivat ideologioita kannanottoja. Harvoin muuttosuunnitelmia perusteltiin käytännön syillä. Monessa tapauksessa kehitys kulki toiseen suuntaan, kun valtio keskitti toimintojaan. ...Tekniikan ja erityisesti tietotekniikan kehitys olisi sallinut toimintojen siirtämisen pääkaupunkiseudulta muualle maahan jo vuosia sitten, mutta vasta nyt asiaan ollaan tosissaan tarttumassa. ...Tavoitteena on saada mittava määrä työpaikkoja Kokkolaan. ...tällä kertaa valtion toimintojen alueellistamisesta, kuten 2000-luvun termi kuuluu, on odotettavissa jotain konkreettistakin hyvää maakuntaan. –Varovaisen optimismin takana on valtion työntekijöiden ikärakenne. Suurten ikäluokkien siirtyminen eläkkeelle tunnetaan ilmiönä, mutta valtion virkojen kohdalla muutos on vielä rajumpi. ...Kymmenen seuraavan vuoden aikana puolet valtion työntekijöistä ...jää eläkkeelle. ...Vaikka valtion tehtäviä supistettaisiinkin lähivuosina, on suuri haaste löytää uusia työntekijöitä.

Keskipohjanmaa-lehti 9.1.2004

Aluekehitys vaatii toimia. ...Alueellistaminen eli valtion eri virastojen sijoittaminen tai siitä puhuminen on paljolti poliittista retoriikkaa eli isoja hyötyjä ei tästä prosessista koidu, Jean Monnet -professori Heikki Eskelinen Joensuun yliopistosta huomauttaa. ...Keskittämiseen suuntautunut kehitys on jatkunut Suomessa jo pitkään ja sen on ollut tietoinen poliittinen ratkaisu. –Kuitenkin täällä on kautta aikojen ollut harvempaan asuttuja alueita. Sitä ei vain jotenkin haluta nähdä. Olisi vain suostuttava havaitsemaan, että ihmiset voivat haluta asua harvemmassa. Nyt erilaisin ratkaisuina toimitaan päinvastaiseen suuntaan, Eskelinen sanoo. Hän toteaa yliopistolaitoksen hajauttamisen eri puolille Suomea olleen aikanaan kauaskantoinen ja merkittävä aluepoliittinen ratkaisu. Koulutusjärjestelmä onkin Suomessa hyvä esimerkki tasa-arvoisuudesta. –Se on luonut mahdollisuuksia eri alueille ja kansanosille. Se heijastelee ympäristöönsä ja on eräs kehityksen moottoreita.

Keskipohjanmaa-lehti 3.7.2005

Ay-liike: Hajasijoituspolitiikka on vailla kaikkea järkeä. ...Nykyisen hallituksen hajasijoittamispolitiikassa ei ole yhtään mitään järkeä, raivoavat palkansaajajärjestöt. – ”Helsingistä viedään toimintoja alueille siten, että juuri kun jonkin ministeriön tai viraston johto on organisoinut yksikkönsä hyvin toimivaksi, niin sitten maan hallitus tulee ja päättää, että mepä viedään tää juttu keskelle Suomea”, päivittelee Toimihenkilökeskusjärjestö STTK:n puheenjohtaja Mikko Mäenpää (sd). –Hallitus ei piittaa pätäkääkään tuottavuudesta vaan on vain päättänyt, että valtion sektorin työpaikkoja on oltava maakunnissakin, Mäenpää sanoo.

Helsingin Sanomat 9.3.2005

Niin virastojen kuin oppilaitostenkin hajasijoittaminen nähdään koko kansan etuja palvelevana tai niitä vahingoittavana toimenpiteenä riippuen siitä, käytetäänkö puheenvuoron alueellinen vai valtakunnallinen sanomalehti ja puhuuko niiden artikkeleissa pääkaupunkiseudulla asuva vai sen ulkopuolelta tuleva vaikuttaja tai keskustelija.

Kolmas mahdollisuus on tutkia itse kulttuurin muotoutumista eli sitä, miten kulttuuri on rakentunut ja miten sitä ylläpidetään aineistossa. Tutkimuksen kohteena voi olla esimerkiksi jonkin ilmiön historiallinen muutos tai kulttuurin kattavuus eli yleisyys ja levinneisyys – liittyykö ilmiö johonkin yksittäiseen tilanteeseen vai ovatko siihen liittyvät käsitykset ja uskomukset kenties suuremman joukon yhteisesti jakamia? Tutkittavana ilmiönä voisi esimerkiksi olla jo aiemmin esimerkkinä käytetty puhe työvoiman tarpeesta ja riittävydestä Suomessa. Mainitussa puheessa korostettavat seikat ovat tulevaisuudessa tarvittavan osaamisen näkökulmasta muuttuneet melko lyhyessä ajassa: jokin aika sitten puhuttiin korkeakoulututkinnosta 70 %:lle ikäluokasta, pian sen jälkeen huolestuttiin käytännön ammattimiesten ja -naisten saatavuudesta ja nyttem-

min puhe on keskittynyt huippuosaamiseen, jolla on viitattu lähinnä huippu-tutkimukseen ja sen edellytysten ja tutkijoiden rekrytoinnin turvaamisen välttämättömyyteen. Kysyä voisi esimerkiksi, millaisissa olosuhteissa kukin näkemys on saanut jalansijaa, kuka keskustelua kulloinkin on ohjannut ja kuinka laajalti väittämien takana on oltu? Tässä yhteydessä, samoin kuin yleisemminkin diskursseista puhuttaessa, on vielä korostettava, että kysymys on vallalla olevista diskursseista, ei välttämättä siitä, miten enemmistö tai valistunut vähemmistö asioista ajattelee. Kulttuurisen kontekstin tulkinta ja analysointi edellyttää usein kyseessä olevan kulttuurin jonkinasteista, aineiston ulkopuolelle ulottuvaa tuntemusta (ks. Jokinen ym. 1999, 63–65; vrt. myös Wetherell & Potter 1992, 103), kuten seuraava esimerkki osoittaa:

[Keski-Pohjanmaan maakuntajohtaja Altti Seikkula:] ”Oulun läänissä virallinen Keski-Pohjanmaa ja Kalajokilaakso olisivat taas laaja maakunta. Oulu valtakunnanosaakeskuksena olisi maakunnalle luonnollinen ja läheisin yhteistyökumppani.” ...[Keski-Pohjanmaan liiton valtuuston puheenjohtaja Roy] Sabel toteaa Keski-Pohjanmaan perinteisesti suuntautuneen etelään. ... [Kokkolan kaupunginhallituksen puheenjohtaja Veikko Laitila:]...”Kokkola nähdään peikkona. Se suuntautuu etelään ja maakunta pohjoiseen.” ...
Kaleva 18.1.2005

Katkelmassa konteksti ei käy selvästi ilmi: puhujina ovat maakunnalliset vaikuttajat saman maakunnan alueelta, ja erilaisten näkemysten syyt eivät tule tekstissä perustelluksi. Jokin saa kuitenkin eri osapuolet puhumaan asiasta aivan eri tavoin. Tämän diskursiivisen ristiriidan ymmärtäminen jää avautumatta ilman edellä kuvatun kaltaista kulttuurin tuntemusta, kuten tässä tapauksessa ymmärrystä alueen ja sen itsenäisen hallinnollisen aseman saavuttamisen historiasta tai kielikysymyksistä, jotka eivät suoraan tule itse tekstin asiasisällöstä ilmi.

Omassa tutkimuksessani tutkin yritysten strategisissa teksteissään tuottamia merkityksiä tässä ja nyt (kuvio 3). Analysoin tutkimuksessani sitä, mitä yritykset haluavat itsestään sanoa, millaisia toimijuuksia yritykset teksteissään itselleen tuottavat ja mitä ne pitävät toiminnassaan tärkeänä yleisöön vaikuttaakseen. Perustan ja perustelen tekemäni analyysit viittaamalla suoraan niihin aineiston kohtiin, joiden perusteella olen tulkintoja tehnyt. Jokisen ym. (1999, 57) mainitsema kevyt kontekstualisoiminen tarkoittaa tässä tutkimuksessa lähinnä sitä, että olen ensi alkuun taustoittanut, millaisin kriteerein eri yritysten tekstit ovat valikoituneet mukaan tutkimukseen. Itse johtopäätöksissä otan kantaa niin tilanteisuutta painottaviin tekijöihin – yritysten identifioitumiseen omista teksteissään – kuin myös kulttuurin muotoutumiseen eli yritysten identiteettien tarjoamiin mahdollisuuksiin kulttuurin, Keski-Pohjanmaan mahdollisten todellisuuksien, rakentumiseen.

Merkitykset ja niiden tuottamisen tavat

Diskurssianalyttisessä tutkimuksessa voidaan painottaa sitä, millaisia merkityksiä ihmiset puheissaan ja kirjoituksissaan eli vuorovaikutuksen eri keinoin tuottavat, eli millaisia ovat merkitysten asiasisällöt: *mitä* ihmiset itsestään, yh-

teisöstään ja ympäristöstään kertovat tai mitä jättävät sanomatta, ja mitä eroja ja yhtäläisyyksiä he suhteessa toisiinsa näkevät? Sen lisäksi on mahdollista tutkia merkitysten tuottamisen tapoja. Tällöin painotetaan vuorovaikutusprosessien dynamiikkaa ja keskustelun kuluessa syntyviä erilaisia toimijuuksia, identiteettejä tai kategorisointeja (vrt. esim. Wooffitt & Clark 1998, Edwards 1998) – eli edellä kuvattujen merkitysten avulla luotujen luokkien resurssointia: *miten* omat näkemykset oikeutetaan ja miten keskustelukumppani pyritään vakuuttamaan? Käytännössä tutkitaan argumentoinnin ja neuvottelun tapoja eli retoriikkaa. Koska diskurssit ovat aina kielellistä toimintaa eivätkä toiminnasta irrotettavia ilmiöitä, merkitykset ja niiden tuottamisen tavat ovat aina toisiinsa kietoutuneita (Jokinen ym. 1999, 66). Sen vuoksi tutkimuksessa useimmiten vastataan ainakin jossakin määrin molempiin kysymyksiin, vaikka painotukset vaihtelevatkin. Keski-Pohjanmaa luokitellaan seuraavassa esimerkkitekstissä monipuoliseksi ja erikoistuneeksi pien- ja keskisuuren teollisuuden ja alkutuotannon sekä kulttuurin maakunnaksi (lihavoitimet – mitä?); kategorisoinnit myös perustellaan vahvasti (alleiviivaukset – miten?) luettelemalla runsaasti väitteitä tukevia faktoja ja tilastotietoja – kategorisoinnit ja niiden perustelut sekoittuvat myös joissakin kohden keskenään (alleiviivaus + lihavoitinta):

[Keski-Pohjanmaan] Alueen seutukunnat ovat elinkeinorakenteeltaan **erilaisia**. Kokkolan seutukunta on **monipuolinen** ja sen menestys perustuu **moneen toimialaan**. Vaikka pk-teollisuuden merkitys esim. nahka- ja vaatetusteollisuudessa on pienentynyt on sen alueellinen merkitys suurempi kuin maassa keskimäärin. Tähän ja vahvaan erikoistumiseen pohjautuu myös alueen tuleva menestys. ...Kokkolan seutukunnan työpaikkojen perusteella absoluuttisesti vahvoja ja koko maan tilanteeseen nähden suuria aloja ovat kemian teollisuus, perusmetallien valmistus, elintarviketeollisuus, vähittäiskauppa, maatalous sekä maaliikenne. Alueella on myös vahvaa veneteollisuutta sekä vaate-, turkis- ja nahkateollisuutta. Kokkolan seutukunnan alueella alkutuotannon ja elintarviketeollisuuden alalla on joka kymmenes seudun työpaikoista ja kauppa tarjoaa työpaikan useammalle kuin joka kymmenennelle henkilölle sekä Kokkolassa että Kannuksessa. ...Kaustisen seutukunta on elinkeinorakenteeltaan Suomen **alkutuotantovaltaisimpia**. Alkutuotannon osuus työpaikoista on 28 %, jalostuksen osuus 21 % ja palveluiden osuus 45 %. Maatalousyrityksiä seutukunnassa on 1.062 kpl kevään 2002 tilaston mukaan. Maataloustuotannon selkeästi suurin myyntitulo syntyy **maidon tuotannosta**, joka on seutukunnan maataloustuotannon **vahva erikoistumisala**. Maatalouden myyntituloja syntyy huomattavasti myös **sivuansoista** sekä **naudanlihan tuotannosta**. Maatalouden osuus alueen bkt:sta oli v. 1999 noin 5,4 %, mikä on korkein koko Suomessa. ...Keski-Pohjanmaan maakunta on **tunnettu kulttuuristaan**. Sen tunnusomaisia piirteitä ovat muun muassa vahva musiikkikulttuuri, juureva ja vuosisatainen pelimanniperinne, elinvoimainen käsityöperinne ja tunnetut kulttuuritapahtumat. Myös kuvataiteiden alueella maakuntamme on menestynyt hyvin. Keski-Pohjanmaan alueella muita kulttuurin **erityispiirteitä** ovat muun muassa ruotsinkielisen kulttuurin vahvuus sekä laaja-alainen kulttuurin harrastustoiminta.

Keski-Pohjanmaan maakuntaohjelma 2003-2006

Tutkimuksessani tarkastelen sekä itse merkityksiä että niiden rakentumista (kuviot 3). Etsin yritysten strategisista teksteistä niiden itsensä rakentamia omaa toimijuutta määritteleviä kategorioita. Kategoriat voivat olla yritysten ääneen lausumia luokituksia (johtava toimija, yhteistyökumppani) tai yritysten teksteihin pieninä paloina siroteltuja diskursiivisia yksiköitä, joita tunnistamalla ja koaamalla kategorisoitumiseen eli teksteissä rakentuviin merkitysten kokonai-

suuksiin voi päästä käsiksi. Tutkin myös, miten yritykset käyttävät kieltä luonnehtiakseen omaa tapaansa olla eli niiden itselleen määrittelemien kategorioiden resurssointia: miten yritykset strategisissa teksteissään argumentoivat olemassaolonsa, ja kenelle ne teksteissään puhuvat? Yksinkertaistetusti poimin yritysten strategisista teksteistä niitä asioita, mitä ne itsestään haluavat julkisesti sanoa ja ympäristölleen kertoa ja miten ne kertomansa perustelevat. Aineistosta haetaan siis sekä merkityksiä (vastauksia kysymykseen mikä tai mitä) että niiden tuottamisen tapoja (vastauksia kysymykseen miten).

Retorisuus - responsiivisuus

Miten -kysymystä eli merkitysten tuottamisen tapoja on mahdollista pohtia sekä *retorisesta* että *responsiivisesta* näkökulmasta. Retoriikan tutkimista painotettaessa analysoidaan sitä, miten puheen kohde(yleisö) pyritään vakuuttamaan tai suostuttelemaan ajattelemaan tai toimimaan tietyllä, puhujan haluamalla tavalla yksittäisessä vuorovaikutustilanteessa (vrt. edellinen esimerkki): millaisia retorisia keinoja puhuja käyttää vakuuttaakseen yleisönsä (vrt. Perelman 1996, 21–22; Burke 1969, 4)? Vakuuttamisen tapaa tutkittaessa voidaan selvittää myös, ketä tai keitä yleisöön kuuluu ja kenelle puhe on kohdennettu. Retorinen ulottuvuus painottuu erityisesti tekstimuotoisissa aineistoissa. Responsiivisesti painottuneessa tutkimuksessa puolestaan ollaan kiinnostuneita siitä, miten vuorovaikutuksen osapuolet vastavuoroisesti tilanteen kuluessa yhdessä rakentavat ja tuottavat yhteisiä merkityksiä ja yhteistä todellisuutta. Responsiivisuus näyttäisi siis tästä näkökulmasta olevan enemmän kasvokkaisen tai muun reaaliaikaisen vuorovaikutuksen aluetta. Tekstimuotoisen kommunikoinnin välityksellä toki voidaan myös osallistua yhteiskunnalliseen keskusteluun, ja sitäkin on siis mahdollista tarkastella responsiivisesta näkökulmasta. Vastavuoroisen, etenevän vuorovaikutustilanteen syntymiseksi sen osapuolten on kyettävä retorisiin keinoihin luomaan yhteisiä, jaettuja merkityksiä tai yhteistä ymmärrystä kulloisessakin tilanteessa. Retorisuus ja responsiivisuus eivät sulje toisiaan pois. (Jokinen ym. 1999, 77–85).

Yhteistä näkemystä Keski-Pohjanmaasta elinvoimaisena maakuntana tuottivat muun muassa pääministeri Vanhanen ja pääjohtaja Jeskanen-Sundström puheissaan Keski-Pohjanmaan liiton 75-vuotisjuhlaseminaarissa 23.5.2005 ja Keskipohjanmaa-lehden artikkelitoimittaja Arto Hietalahti ja päätoimittaja Lassi Jaakkola tilaisuutta koskevilla kommenttipuheenvuoroillaan. Otteet puheista ja kommentit on julkaistu tilaisuutta seuraavana päivänä, 24.5.2005, Keskipohjanmaa-lehdessä:

...Maakunnan toiminnan on oltava sellaista, että sillä on olemassaolon oikeutus. Keski-Pohjanmaa on onnistunut minun silmissäni erittäin hyvin, pääministeri Vanhanen täsmänsi. -Keski-Pohjanmaalla on vahva maakunnallinen identiteetti. ...Jeskanen-Sundström kertoo virastonsa tietojen mukaan, että Keski-Pohjanmaalla eletään pitkään, kohtuullisen terveinä ja ilmeisen onnellisina. ...Itsemurhia tehdään vähemmän... väestö uusiutuu täällä vielä luontaista tietä. ...muuttotappiot eivät ole mitenkään dramaattisia ja lisäksi ne ovat parina viime vuotena lieventyneet ...Myös aktiivinen yrittäminen lukeutuu tilastotietojen mukaan Keski-Pohjanmaan vahvuuksiin.

...

...Eikä tulevaisuuttakaan maalailtu synkin värein, uhkakuvia luetellen. Niitä usein mainittuja haasteita Keski-Pohjanmaalla on tietysti edessä, mutta muita surkeammista asemista ei tarvitse ponnistaa. ...Jeskanen-Sundström todisti, että Keski-Pohjanmaalla menee monissa asioissa keskimääräistä paremmin: ...Vanhasen viesti oli rohkaiseva ...Pakkoliitoksia Vanhanen ei kunnille tarjonnut ...kunta- ja palvelurakenteen uudistuksen lähtökohta on, että ...nykyiset kuntarajat on ylitettävä yhä useammin. ...Keski-Pohjanmaalla tiedetään sangen hyvin, että talousmaakunta ja kulttuurimaakunta eivät pysähdy ylhäältä piirrettyihin rajoihin. ...[Alueelta on] löytynyt luovuutta rajojen ylittämiseen. (Hietalahti)

...Tämän otoksen perusteella ulkopuolisten kuva Keski-Pohjanmaasta on - juhlapuheiden kerma kuorienkin - mairitteleva. ...Entä sisäpuoliset. Onko omakuvamme huono? Hallintolähtöisiä seminaareja 16 vuotta varsin tiiviisti istuneena se ei ole aina hääviltä vaikuttanut. Maailma on pannut vastaan ja päähän on potkittu milloin mistäkin syystä. ...Eilisen puheissa myös maakunnan omat edushenkilöt painoutuivat heikkouksien sijasta vahvuuksiin. Enää ei tarvitse itkeä valtion aluehallinnon yksiköidenkään perään, kun viimeisetkin on viety. Tällä linjalla kannattaa jatkaa. Harva haluaa kimppaan sellaisen kanssa, jota koko ajan sorsitaan. Asennoitumisen muutos ei tarkoita silmien ummistamista tosiasioilta, ikäviltäkään. Niiden vangiksi ei vain pidä jäädä. (Lassila)

Tässä tutkimuksessa aineiston analysoinnissa painottuu retorinen näkökulma (kuvio 3). Jokista ym. (1999, 78) mukailen oman aineistoni kaltaisen tekstimuotoisen aineiston siinä kuin poliittisten puheidenkin analysointiin retorinen metodi soveltuu hyvin. Erityisen hyvin se mielestäni sopii juuri strategisten, tavoitteellisten, kohdeyleisönsä vaikuttamaan pyrkivien tekstien - kuten yritysten www-sivut - tutkimiseen. Retoriikkaa analysoitaessahan tutkitaan nimenomaan muun muassa tekstin funktionaalisuutta eli sitä, mitä tekstillä tuotetaan ja halutaan saada aikaan: mitä, miten ja kenelle puhutaan. Retoriikkaan ja sen analysointiin palaan tarkemmin luvussa 4.

Kriittisyys - analyttisyys

Tutkimuksen painotuksia ja tekemisen tapaa voidaan pohtia myös siitä näkökulmasta, *mihin ja millaiseen keskusteluun tutkimuksella halutaan osallistua*. Puheenvuoron laatu, puhumisen tavat ja se, kenelle puhe ensisijaisesti osoitetaan, vaihtelevat, mutta tavoitteena on yhtä kaikki osallistua ja synnyttää uutta keskustelua. Kysymys on sekä tutkimuksen lähtökohdista että sen tavoitteista - halutaanko tehdä tietäväksi ja näkyväksi joitakin sosiaalisen todellisuuden rakentumista koskevia tekijöitä vai halutaanko myös aktiivisesti ottaa kantaa ja mahdollisesti pyrkiä voimakkaastikin vaikuttamaan vallitsevaan tilanteeseen jopa vallankumousta tavoitellen? *Kriittiset* diskurssianalyysin soveltajat pyrkivät paljastamaan niitä kielellisiä käytäntöjä, joiden kautta heidän mielestään ylläpidetään ja oikeutetaan erilaisia ympäröivässä todellisuudessa vallitsevia valta- ja alistussuhteita. Tutkijalla on siis jo ennakkoon oletus valtasuhteiden olemassaolosta. *Analyttisessä* suuntauksessa sen sijaan pyritään mahdollisimman tarkoin ja ilman ennako-oletuksia pitäytymään siinä, mitä aineisto tarjoaa, joko eksplisiittisesti tai implisiittisesti, antaen sen ohjata tulkintoja ja löydöksiä. Analyytikko pyrkii tiukasti aineistoon perustuen yksityiskohtaisesti erittelemään sosiaalista todellisuutta ja sitä joko retorisesti tai responsiivisesti

rakentavia kielellisiä käytäntöjä ja sulkeistamaan kulttuurin analyysin ulkopuolelle. Vasta analysoinnin jälkeen tutkija ottaa kantaa siihen, millaisia luokituksia hän tulkitsemastaan aineistosta on voinut löytää (vrt. Jokinen ym. 1999, 85–93; vrt. myös Guba & Lincoln 1989) ja mitä se voi merkitä tällä hetkellä sosiaalisesta todellisuudesta vallitsevien näkemysten kannalta.

Kriittinen ja analyttinen suuntautuminen eivät kuitenkaan ole selvästi erillisiä, toisensa poissulkevia tutkimuksellisia karsinoita. Kriittisen lähestymistavan valinnut tutkija voi käyttäessään kriittisen tutkimuksen käsitteistöä samalla tarkastella aineistoaan avoimesti niin, että antaa tilaisuuden siitä mahdollisesti esiin nouseville omien ennako-oletustensa vastaisille tulkinnoille ja määrityksille ja niistä kumpuaville yllättävillekin analyysin tuloksille eli antaa itselleen luvan nähdä toisin (Jokinen ym. 1999, 85–93; vrt. mm. Guba & Lincoln 1989; Phillips & Hardy 2002). Jos analyttinen tutkija aineistoon perehtyessään ja sitä kyseenalaistaessaan (dekonstruointi) löytää siitä jotakin sellaista, millä on hänen mielestään ylläkuvatussa mielessä kriittistä potentiaalia, eli epäkohtia tai muutoksen mahdollisuuksia, hänen ei tarvitse eikä hän aidon konstruktionistin periaatteiden mukaisesti edes voi ummistaa siltä silmiään. Analyttinen tutkija voi kriittisen tutkijan tavoin yhtä lailla pyrkiä muokkaamaan todellisuutta (rekonstruointi) tarpeelliseksi katsomallaan tavalla aineistoon perustuen ja sen kautta argumentoiden (Jokinen ym. 1999, 85–93). Joka tapauksessa sekä kriittinen että analyttinen tutkija kyseenalaistavat vallitsevia näkemyksiä ja itsensänselvyyksiä ja osoittavat muutoksen mahdolliseksi.

Tutkimukseni lähtökohta on Jokisen ym. (1999) kuvailemassa mielessä analyttinen. Tutkin yritysten puhetta sellaisenaan. Puheessa rakentuvien identiteettien perusteella teen johtopäätöksiä mahdollisista keskipohjalaisista todellisuuksista. Osallistun siis keskusteluun Keski-Pohjanmaan maakunnalle rakentuvista identiteeteistä, mutta en varsinaisesti pyri paljastamaan, miksi jokin tietty puheen tapa vallitsee, tai kuka ja kenen intressit sitä ruokkivat sen paremmin yrityksissä kuin niiden toimintaympäristössäkään. Sen sijaan etsin yritysten ja niiden toiminnan kautta vaihtoehtoisia tapoja puhua maakunnasta.

Analyttisellä lähestymistavalla on mielestäni paljon yhteistä konstruktivistiseksi nimetyn, tulkitsevan näkökulman kanssa (vrt. esim. Burrell & Morgan 1979). Jotkut konstruktionistit kritisoivat konstruktivisteja diskurssianalyttisen metodin vajavaisesta käytöstä – sen muutosvoiman sanotaan jäävän pelkkään tulkintaan tyydyttäessä kokonaan hyödyntämättä. Jokisen ym. (1999) analyttisessä lähestymistavassa kaikkine aineistossa pitäytymisineenkin otetaan kuitenkin kantaa siihen, miten asiat voisivat olla ja millaisia vaihtoehtoja vallitsevalle todellisuudelle on. Johtopäätökset tehdään kuitenkin vasta verrattaessa aineistosta tehtyä analyysiä vallitsevaan keskusteluun ja aineiston keskustelulle tarjoamiin mahdollisesti vallitsevista näkemyksistä poikkeaviin aineksiin. Tässä tutkimuksessa johtopäätökset koskevat sitä, millaisia vaihtoehtoja keskipohjalaisyriyten diskurssit tarjoavat alueista, maakunnasta ja maakunnassa käydylle keskustelulle ja siitä rakentuvalle identiteetille. Tavoitteena ei siis ole kritioida itse yrityksiä vaan tulkita niiden tarjoamia vaihtoehtoja edellä mainitulle ”kulttuuriselle jatkumolle”.

3.3.3 Tutkimuksen jäsentämisen koonti

Tutkimustehtäväni kiteytyy kolmeen tutkimuskysymykseen: 1) miten keskipohjalaisyrietykset asemoituvat toimintaympäristössään sen hyvinvoinnin näkökulmasta, 2) millaisia identiteettejä keskipohjalaisyrietykset itselleen diskursseissaan rakentavat ja 3) millaista Keski-Pohjanmaata yritysten teksteissä rakennetaan? Ensimmäisen ja kolmannen kysymyksen osalta tutkimus painottuu yritysten tarjoamiin mahdollisuuksiin maakunnan sosiaalisen todellisuuden rakentumiseen – kulttuurin muotoutumiseen. Toinen kysymys painottuu tällä ulottuvuudella tilanteisesti: mitä yritykset tässä ja nyt itsestään kertovat? Voidakseni tehdä johtopäätöksiä yritysten hyvinvointia rakentavasta (kysymys 1) ja muusta alueellisesta merkityksestä (kysymys 3) tutkin retorisen metodin avulla sekä merkityksiä – mitä yritykset puhuvat – että niiden tuottamisen tapoja yritysten teksteissä eli niiden argumentoinnin tapoja – miten ja kenelle ne puhuvat (kysymys 2). Johtopäätöksiä tekemisen perustaksi tunnistettavien yritysten identiteettien analysoimisen osalta tutkimukseni on analyyttinen: olen kiinnostunut yritysten puheesta sellaisenaan. Jokisen ym. (1999) ulottuvuuksilla tutkimukseni kartta näyttää kysymyksen 2 osalta seuraavalta:

Tilanteisuus	I-x----- I	Kulttuurinen jatkumo
Merkitykset	I-----x----- I	Merkitysten tuottamisen tavat
Retorisuus	I---x----- I	Responsiivisuus
Kriittisyys	I-----x--- I	Analyttisyys

KUVIO 3 Yhteenveto tutkimuksen kartasta; tutkimuskysymys 2

Vaikka en pyrikään paljastamaan valtarakenteita, haluan kuitenkin tehdä näkyväksi yritysten merkitystä ja niiden tarjoamia vaihtoehtoja maakuntapuheelle (kysymykset 1 & 3). Tältä osin tutkimuksessani on vahvaho kriittinen vivahde. Otan myös kantaa kulttuurin muotoutumiseen – toisin sanoen kulttuurisen jatkumon ulottuvuus painottuu tilanteisuuden ohella kysymyksiin 1 ja 3 vastatesani.

Tutkin siis retorisen metodin avulla yritysten identiteettejä – mitä ja miten ne itsensä rakentavat – voidakseni tehdä johtopäätöksiä siitä, millaista Keski-Pohjanmaata yritykset tuottavat, ja mitä annettavaa niillä voisi olla elinvoimaisen ja hyvinvoivan Keski-Pohjanmaan rakentamiselle. Seuraavassa luvussa esitelen retorista analyysiä metodina yleensä ja erityisesti identiteettien konstruoinnin tutkimisen välineenä.

4 RETORINEN ANALYYSI DISKURSSIEN TUNNISTAMISESSA

Tutkimukseni taustafilosofian, sosiaalisen konstruktionismin mukaisesti ajattelun sosiaalisen todellisuuden rakentuvan edellä kuvatusti puheessa, teksteissä ja ylipäättään kaikessa kielellisessä ja ei-kielellisessä ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa. Potterin (1996, 106) tavoin ajattelen kaiken vuorovaikutuksen olevan retorista, eli kunkin vuorovaikutuksen osapuolen pyrkivän tavalla tai toisella vaikuttamaan muihin vuorovaikutukseen osallistuviin (vrt. myös Jokinen ym. 1999, 128; Billig 1987, 39–46; 86–87; Billig 1991, 1, 17). Yritysten retoriikkaan paneutumalla tutkin, millaisiksi toimijoiksi ja vaikuttajiksi ne puheessaan retorisesti itsensä rakentavat niin omalla toimialallaan kuin toimintaympäristössäänkin. Olennaista on sekä se, *mitä* ne retoriikassaan tuottavat että se, *miten* tuottaminen käytännössä tapahtuu. Potter (1996, 121) nimeää ensin mainitun retoriikan toimintaulottuvuudeksi (action orientation) ja jälkimmäisen sen epistemologiseksi ulottuvuudeksi (epistemological orientation). Billig (1991, 20) muistuttaa erityisesti retoriikan sisällön (mitä) tutkimisen merkityksestä retoriikan keinojen (miten) ja kontekstien tutkimisen ohella kattavan ja perustellun analyysin pohjana. Burkea (1969, 4, 73) mukaillen taas analysoitaessa sitä, mitä retoriikalla halutaan tuottaa, on tarpeen analysoida myös sitä, *kenelle* puhutaan (ks. myös Cheney, Christensen, Conrad ja Lair 2004, 79–80; Billig 1991, 21).

Tutkin siis yritysten retorisesti rakentuvia diskursseja ja sitä, mitä niiden perusteella voi sanoa yritysten identiteeteistä ja niiden asemasta ja asemoitumisesta toimintaympäristössään yleensä ja erityisesti hyvinvoinnin näkökulmasta. Retoriikalla käsitteenä on arkiajattelussa melko ikäväsävyinen kaiku – sitä pidetään usein pelkästään spekulatiivisena, tyhjää täynnä olevana kaunopuheisuutena tai kielen koristeluna (vrt. esim. Cheney ym. 2004, 80; vrt. Perelman 1996, 15; ks. myös Billig 1987, 32) ja jopa suoranaisena valehtelemisena. Lienee sanomattakin selvää, että tutkiessani yritysten tekstien retoriikkaa en suhtaudu siihen puheen koristeena saati kuulijoita ja lukijoita harhauttamaan laadittuna yritysten ”todellisia pyrkimyksiä” suojaavana peitetarinana.

Keskipohjalaisyrittysten tekstien analysointiin käyttämäni retorinen apparaatti on alun perin saanut vaikutteita Potterilta. Olen kuitenkin omassa tutkimuksessani eritellyt retoriikan keinoja potterilaista faktan konstruointia yksityiskohtaisemmin Jokisen ym. (1999) ohjeistamalla tavalla. Keinojen tunnistaminen ja nimeäminen on heidän mukaansa aineiston vankan analysointiin ankuroinnin ohella tapa pätevästi perustella aineistosta tehtyjä tulkintoja.

Esittelen seuraavassa tekstissä retoriikkaa ja sen merkityksiä tämän tutkimuksen ja siinä sovellettavan retoriikan analysointitavan näkökulmasta. Niin Aristoteleella, Perelmanilla (1996) kuin Burkellakin (1969) on oma osuutensa käsitykseni rakentumisessa. Käyn läpi sekä retoriikan kehitystä Aristoteleen ajoista tähän päivään että syitä siihen, miksi argumentointia yleensä harjoitetaan. Lopuksi esittelen vielä erilaisia argumentaation keinoja. Retoriikkaa ja sen keinoja havainnollistaakseni olen sijoitellut tekstin lomaan esimerkkejä niin yleisemmästä alueista kuin erityisesti Keski-Pohjanmaan maakuntaa koskevasta keskustelusta.

4.1 Klassisesta uuteen retoriikkaan

Retoriikan ja sen tutkimisen juuret ovat Aristoteleen kehittämissä päättelyn teoriassa. Analytiikassa väitteet perustellaan tieteellisesti todistamalla; johtopäätökset ovat oikeita, jos ne väistämättä seuraavat annetuista hypoteeseista: "Jos kaikki A:t ovat B ja kaikki B:t ovat C, seuraa väistämättä, että kaikki A:t ovat C". (Ks. Perelman 1996, 7-8). Dialektiikassa väitteet perustellaan retorisin argumentein: yleisö pyritään tavalla tai toisella erilaisin retorisin menetelmin ja keinoin vakuuttamaan siitä, mitä puhujalla on sanottavanaan, tai suostuttelemaan se ajattelemaan samalla tavoin kuin puhuja itse. Itse asiassa dialektiikan tutkimuksessa voidaan vielä erottaa yleisön perusteella itse dialektiikka, jossa tutkitaan kahdenvälissä keskusteluissa käytettyjä argumentteja, ja retoriikka, jonka yleisö koostuu sellaisista maallikoiksikin nimettävistä henkilöistä, joille Aristoteleen mutkikkaaksi nimeämä (dialektisen väittelyn edellyttämä) päättely on liian työlästä tai vaativaa.

Aristoteles (ks. 1997, 1356a, 1-4; vrt. Perelman 1996, 111) piti niin puhujan olemusta eli eetosta, itse viestin sisältöä eli logosta kuin yleisön vastaanottavuuttakin tärkeänä onnistuneen retoriikan edellytyksenä. Cheneytä ym. (2004, 79) mukaillen Aristoteles saattoi retoriikan teoriaansa kehitellessään jokseenkin tarkkaan ennakoida, millaista yleisöä hänen kuulijakuntaansa kuuluu ja hänen olleen siten mahdollista sovittaa puheen tapansa ja tyyliinsä melko tarkoin yleisön odotuksia vastaavaksi. Mahdollinen kuulijajoukko oli toisin sanoen koko lailla homogeenistä. Burken (1969, 73) mukaan Aristoteles itse eritteli puheen tapoja sille asetettujen tavoitteiden mukaan: yksinkertainen tyyli sopii Aristoteleen mielestä lähinnä opettamiseen, tunteikkaalla ja temperamenttisella tyyllillä voidaan pyrkiä miellyttämään tavoiteltua yleisöä ja kaunopuheisuudella (ylisympäpuhe) taas saamaan se jonkin asian puolelle ja konkreettisesti toimimaan sen

hyväksi, eli luomaan toiminta-alttiutta. Kahden ensin mainitun puheen tyylin yleisöstä Aristoteles puhuu päättäjinä, viimeksi mainitun yleisön hän nimeää seuraajiksi.

Petrus Ramus kumosi 1500-luvulla analyyttisen ja dialektisen päättelyn erottelun jättäen retoriikan tutkimuksen kohteeksi pelkästään puheen tyyliä vakuuttamisen ja suostuttelun sijaan. Argumentaation merkitys kutistui koristeellisen kielen(käytön) taitamiseksi. Retoriikan kuihtumista tutkimuksen kohteena vahvasti edelleen 1800-luvulla kehittynyt moderni logiikka, joka nojasi Aristoteleen analyyttisen päättelyn oppeihin ja sivuutti dialektiikan päättelytapana kokonaan (Perelman 1996, 9–10; vrt. myös Cheney ym. 2004, 79). Yhä nykyäänkin retoriikka usein mielletään pelkäsi kaunopuheisuudeksi. Perelmanin (emt.) mielestä dialektiikan hylkääminen oli retoriikan kattavan tutkimuksen kannalta suuri virhe, koska silloin jätettiin keskeinen inhimillisen elämän osa-alue tutkimuksen ulkopuolelle: tarvitsemme ja käytämme dialektista päättelyä aina puolustaessamme, vastustaessamme ja arvostellessamme jotakin tai torjuessamme arvostelua. Johtopäätöksiä ei tällaisessa vuorovaikutuksessa voi analytiikan tavoin johtaa suoraan premisseistä, vaan niitä muokkaavat niin mielipiteet kuin tunteetkin sekä havaitsemisen tapa ja siihen perustuvat valinnat. Taitavaan, vakuuttamaan pystyvään puheeseen ei riitä ulkokohtainen nokkelien sanankäänteiden hallitseminen. Vaikuttava puhe(taito) vaatii ajattelua ja oman pään sisällä tapahtuvaa arviointia ja pohdintaa eli reflektointia. Usein se vaatii myös julkiseen keskusteluun osallistumista: retorinen päättely ja uskallus ja kyky kuunnella vastaväitteitä ja tarvittaessa myös omaksua niistä keskustelua ja omaa asiaa edistäviä näkemyksiä harjaantuu ja kehittyy käytännössä.

Sittemmin retoriikan tutkimisessa onkin palattu sen aristotelisille juurille: puheesta on uudelleen kiinnostuttu Aristoteleenkin retoriikan ytimeksi ja ideaksi määrittelemän puheen vakuuttavuuden ja suostuttelun näkökulmasta. Uudessa retoriikassa argumentaatio määritellään suostuttelevaksi ja vakuuttamaan pyrkiväksi puheeksi (Perelman 1996, 12), joka voidaan kohdistaa niin asiantuntijoille kuin maallikoillekin. Argumentoija itse tavoittelee usein jotakin erityistä, intressiensä ja tavoitteidensa saavuttamisen kannalta tärkeää yleisöä (ks. esim. Burke 1969, 4). Määritettäessä puheen tehtäväksi vakuuttaminen taustalla on ajatus siitä, että ihmisten näkemykset samoista asioista ja tapahtumista vaihtelevat. Todellisuus, jossa elämme, ei ole yhtenäinen, vaan jokainen hahmottaa sen tavallaan. Tämä sulkee retoriikan piiristä analyyttisen päättelyn yleispätevyyttä tavoittelevine todisteluineen (vrt. Perelman 1996, 23, 33). Kuten jo Aristoteleen aikoina argumenttien sisällön ja argumentoinnin keinojen valintaan vaikuttaa se, kenelle puhe on osoitettu; kielen käytön tyyli valitaan paitsi aiheen ja tavoitteen myös tavoitellun kuulijakunnan mukaan (vrt. Burke 1969, 73). Uutta aristoteliseen retoriikkaan verrattuna uudessa retoriikassa on, että sen mahdollinen yleisö on huomattavasti Aristoteleen yleisöä heterogeenisempää – Aristoteles tunsikin kuulijakuntansa toisin kuin nykyisin usein on asian laita, kun kommunikaation mahdollisuudet ja välineet ovat moninaistuneet ja sen myötä potentiaalinen kuulijakunta Aristoteleen aikoihin verrattuna kasvanut, haluttiin sitä tai ei. Onnistuneelle retoriikalle asetettavat vaatimukset ovat sa-

malla monimutkaistuneet – puhujan on pystyttävä tunnistamaan ja määrittelemään kohdeyleisönsä ja sen tarpeet ja toiveet jollakin tavoin luodakseen paremmat edellytykset tehdä haluamansa vaikutuksen ja saavuttaa tavoitteensa. (Vrt. esim Cheney ym. 2004, 79–80; ks. myös Billig 1991, 21.)

Yleisöksi voidaan Perelmanin (1996, 20–21, 25) mukaan nimetä kaikki ne, joihin retoriikalla halutaan vaikuttaa joko vakuuttamalla heidät jostakin tai suostuttelemalla heidät ajattelemaan tai tekemään jotakin. Tavoiteltuun yleisöön voidaan lukea kuuluvaksi moni sellainenkin, jota viesti ei välittömästi tavoita. Vakuuttavalla retoriikalla tavoitellaan ensisijaisesti niin sanottua universaaliyleisöä – ketä tahansa kuulolle mahdollisesti sattuvaa –, kun taas suostutellun kohteena voi olla jokin pienempi, erityinen yleisö. Yksinkertainen esimerkki kohdentamisesta on erilaiset harraste- ja ikäryhmittäin kohdennetut aikakauslehdet omine teemoineen ja kohdentamisen vaikeudesta monen uuden aikakauslehden nopeat kuolemat. Argumenteista ja niiden keinoista voidaan tehdä johtopäätöksiä tavoitelluista yleisöistä eli siitä, kenelle teksti tai puhe on suunnattu ja ketä sillä pyritään vakuuttamaan (Jokinen ym. 1999, 129). Oman tutkimustehtäväni kannalta tämä on olennaista siksi, että yritysten strategisista teksteistä on tällä perusteella pääteltävissä jotakin siitä, mikä tai mitkä niille ovat tärkeitä sidosryhmiä. Itse asiassa Potterin (1996, 108) mukaan vaikuttavuutta tärkeämpää onkin se, miten näkemykset pyritään millekin yleisölle perustelemaan, ja mitä sen perusteella on sanottavissa siitä, millaista yleisöä milläkin argumentoinnilla on tavoiteltu. Potterilaisesta näkökulmasta ei ole kovin tärkeää tutkia sitä, saadaanko yleisö taivuteltua puhujan puolelle tai muuttamaan näkemyksiään (Potter 1996, 108). Omassa tutkimuksessani kysyn identiteettien tunnistamiseksi ja luokitteluksi sekä sitä, mitä yritykset puhuvat ja miten ne puhuvat, että sitä, kenelle ne argumenttinsa kohdistavat: mikä tai mitkä ovat niin tärkeitä sidosryhmiä, että ne erottuvat diskursseissa yhtenä puheen kohdeyleisönä ja samalla identiteettejä rakentavina, identiteettien kannalta merkityksellisinä toimijoina? (Ks. Carroll & Buchholtz 2003, 71–74; Wheeler & Sillanpää 1997).

Tutkimuksessani analysoin keskipohjalaisten yritysten internetsivuja. Internetsivut ovat oiva esimerkki siitä, kuinka yleisö todella voi olla heterogeenistä. Yrityksen internetsivujen lukijoihin voivat kuulua periaatteessa kaikki, jotka tarvitsevat tietoa yrityksestä – kuten yrityksen henkilöstö, mahdolliset uudet työntekijät tai nykyiset, tulevat ja entisetkin asiakkaat – ja joilla on internetyhteydet käytettävissään: kaikki yrityksen sidosryhmiksi luettavat toimijat luokitellun tavasta riippumatta. Internetiin tuotetut tekstit myös poikkeavat muusta strategisesta kirjoitettuna tekstinä välitetystä tiedosta sikäli, että ne mahdollistavat reaaliaikaisen palautteen antamisen yritykselle. Kozinets (2002) väittääkin kuluttajien tekevän päätöksiä ja valintoja yhä enemmän internetistä saamaansa tietoon perustuen. Verkossa käydään usein vilkasta keskustelua yrityksistä ja niiden tuotteista kuluttajien etsiessä tarkoituksiinsa – ja arvomaailmaansa – sopivia tuotteita ja palveluita ja vertaillen yrityksestä saamiaan kokemuksia keskenään.

Www-sivuista onkin muokkautunut yksi merkittävä kanava yrityksen omien arvojen viestittämiselle ja omien tavoitteiden ja toiminnan hyväksyttävyyden sekä sidosryhmäsuhteiden ja -verkoston tilan ja näkemysten seuraamiselle, arvioimiselle ja mittaamiselle (vrt. Singh & Point 2006, 363). Tavoitteenasettelussa ja päätöksiä tehtäessä yrityksen on mahdollista sekä entistä helpommin selvittää kentän näkemyksiä että reagoida nopeammin ympäristön odotuksiin ja kuulostella, minkä vaikutuksen se teksteillään ja toiminnallaan niitä seuraavaan yleisöön tekee. Internet ei silti välttämättä ole omiaan helpottamaan yrityksen tavoitteenasettelua tai sidosryhmäsuhteista huolehtimista, vaan se päinvastoin saattaa monimutkaistaa tilannetta entisestään verrattuna niin Aristoteleen, Burken (1969) kuin Billiginkin (1991) aikoihin. Yleisö jakaantuu yhä pienempiin intressiryhmiin ja sidosryhmien merkityksellisyys ja kategoriat voivat vaihdella nopeastikin. Tyystin yhteisten arvomaailmojen löytäminen eri yleisöjen sen paremmin kuin yleisön ja yrityksenkään välillä ei useimmiten ehkä ole edes mahdollista (vrt. esim. Carroll & Buchholtz 2003, 8, 80–81).

Uuden retoriikan määrittelemänä argumentaatio on olennainen ja ohittamaton osa kaikkea inhimillistä vuorovaikutusta (ks. Potter 1996, 106; vrt. esim. Billig 1991, 1, 17). Arkipäivän keskusteluissa ja kohtaamisissa retoriikka voi olla hyvin spontaania, kun taas esimerkiksi tieteellisissä tai erilaisiin strategisiin tarkoituksiin laadituissa teksteissä (kuten yritysesittelyt), argumentaatio on huolella pohdittua, tietoisesti suunniteltua ja vasta-argumentteja ennakoimaan pyrkivää (vrt. Jokinen ym. 1999, 127–128). Se on asioiden, ihmisten tai tapahtumien kuvaamisen tapa, jolla luodaan kuvauksen kohteesta jokin vaikutelma ja pyritään samalla vakuuttamaan yleisö siitä – vaikka sitten arkiajattelussa (Petrus Ramusin oppien vaikutuksesta?) kaunopuheisuudeksi samaistetun retoriikan eli taitavan puheen tai suostuttelun taidon avulla (Potter 1996, 106; vrt. Jokinen 1999, 128; vrt. myös Perelman 1996; Burke 1969; Billig 1991, 15–16). Puhumisen taito sinänsä on haltijalleen sekä hyödyksi hänen pyrkiessään tavoitteisiinsa esimerkiksi kohdistamalla puheensa intressiensä kannalta merkitykselliselle yleisölle että moraalisesti kehottavana ja oikeaan ohjaavana hyve itsessään (Burke 1969, 49, 69; ks. Quintilianus; vrt. Billig 1991, 34).

Seuraavassa esimerkissä yleisö pyritään vakuuttamaan niin asiaperustein (alleviivaus) kuin taitavan puheen (kursivointi) ja suostuttelunkin (lihavointi) avulla kirjoittajan ajamasta asiasta. Myös vasta-argumentteja ennakoidaan (kursivointi + lihavointi) asiantuntevasti. Vasta-argumenttien ennakoimisen tunnistaminen tekstistä yhtenä siinä esitettyjen näkemysten perusteluna eli retorisenä keinona edellyttää aiemman keskustelun eli kulttuurisen kontekstin jonkinasteista tuntemista (vrt. Jokinen ym. 1999, 63–65) – aiemmassa keskustelussahan Keski-Pohjanmaan erillisyyttä muista Pohjanmaista on välillä voimakkaastikin kritisoitu ja pohdittu mahdollisuutta liittyä osaksi suurempaa hallinnollista kokonaisuutta.

*”Kas siitä soinnun saa tää Keski-Pohjanmaa.” Niinpä niin! Ajankohtaisena keskustelunaiheena hallintorintamalla on kuntaremontti. Sisäasiainministeriön erikoistutkija Janne Antikainen vihjaili Kokkolassa vieraillessaan, että maakuntienkin määrä vähennee tulevaisuudessa. Niinpä sitä *Helsingistä tarjoillaan ylitsevuotavaa viisautta*. Kuntaviisastelun jälkeen olisi vuorossa maakuntaremontti. –Maakuntajohtaja Altti Seikkula*

totesi (Kp 10.10.) että maakuntien asema saati maakuntajaon muuttaminen ei liity erikoistutkijan tutkimusarsenaaliin ja että ratkaisut kuuluvat poliittiselle kentälle paikallisesti, maakunnallisesti ja kansallisesti. -Keski-Pohjanmaan maakunnan asema on tällä hetkellä vahva ja maakunnallinen kehittämistyö antaa hyviä eväitä tulevaisuuteen kuten maakuntajohtaja totesi kirjoituksessaan. Ja myös kauppa- ja teollisuusministeri Mauri Pekkarinen vahvisti tätä näkemyskuvaa. Kyllä Keski-Pohjanmaa ajaa vallan vahvasti kansalaisten etuja. -Mikäli meidät *pyydytetään Etelä-Pohjanmaan, Ranta-Pohjanmaan taikka Pohjois-Pohjanmaan verkkoon*, tallataan meidän kehityskuviomme näiden jalkoihin. Tulokehitys muuttuisi miinusmerkkiseksi ja vahvasti muuttuisikin. Muuten, tuo nykyinen Pohjanmaa on nimitykseltään tosi virheellinen ja räikeä valloitus. Kysymyksessä on Länsi- tai Ranta-Pohjanmaa. Kuinka tuollainen nimi voitiin hyväksyä. -*Kulttuurihistoriallisesti ja myös toiminnallisesti maakuntamme on toki nykyistä virallista maakuntaa laajempi. Mutta emme me Etelä-Pohjanmaalle mene.* ...Maakuntajohtaja Altti Seikkula totesi, että alueellisesti tärkein - oma maakunta - on ollut kaiken aikaa turvassa. Näin on, ja tämän maakunnan, Keski-Pohjanmaan, me haluamme säilyttää ja vaadimme tällaista hallintoa. *Toki rajaa voidaan vähän rukata* Kalajokilaakson ja jopa Pietarsaaren suuntaan ja Kinnulaankin. **Kulkekaamme Keski-Pohjanmaan lipun alla:** "Kas siitä voiman saa tää Keski-Pohjanmaa".

Kaupunkineuvos Esko Lankila, Keskipohjanmaa-lehti 19.10.2006

Uudessa retoriikassa ja sosiaalisessa konstruktionismissa vallitsevat siis samantyyppiset perusoletukset sosiaalisen todellisuuden kielellisestä, diskursiivisesta luonteesta ja todellisuuden muokattavuudesta. Typistämällä retoriikka puheen koristeeksi tai osuvien kielikuvien käyttämisen taidoksi sen merkitystä aliarvioidaankin reippaasti. Diskurssien sosiaalista todellisuutta muokkaava voima perustuu vuorovaikutuksen retorisuuteen (vrt. Potter 1996, 106). Diskursseista puhutaan merkitysten välisinä taisteluina (vrt. Phillips & Hardy 2002, 67); niinpä retoriikkaa voidaankin ajatella fyysisesti väkivallattomana voiman käyttönä. Retoriikan keinot ovat aseita, joilla puolustetaan omia näkemyksiä ja hyökätään niistä poikkeavia näkökantoja vastaan. Siten muokataan yleisön käsityksiä erilaisten arvojen "arvosta" - yleisö pyritään taivuttelemaan vapaaehtoisesti ajattelemaan tai toimimaan kielen käyttäjän haluamalla tavalla. (Vrt. Perelman 1996, 17-18; Potter 1996, 106-107.) Samoja aseita voidaan tilanteen ja tarkoituksen mukaan käyttää sekä puolustukseen että hyökkäykseen (Potter 1996, 106-107).

Puolustavassa retoriikassa eli todellisuutta konstruoitaessa omaa asemaa pyritään vahvistamaan vakuuttamalla muut omien näkökulmien ja -kantojen oikeellisuudesta ja oikeutuksesta tai tosiasiallisuudesta niin, että niiden kiistäminen on vaikeaa tai vaatii vahvoja perusteita. Omat väitteet resurssoidaan perustelemalla ne konkreettisesti (ks. Jokinen ym. 1999, 128-129). Hyökkäävässä retoriikassa toisen osapuolen rakentamaa todellisuutta pyritään dekonstruoimaan ironisoimalla: hänen väitteiltään murennetaan pohjaa osoittamalla käytettyjen argumenttien heiveröisyys ja kyseenalaistamalla siten mahdollisesti sekä puhujan että väitteiden luotettavuus. Molemmissa tapauksissa pyritään jo etukäteen vaihtamaan vaihtoehtoiset näkemykset tai niiden mahdollisuus (vrt. Potter 1996, 107, ks. myös 120-121). Usein hyökkäävää retoriikkaa käytetään myös puolustavan retoriikan tukena. (Jokinen ym. 1999, 131).

Ministeriöt torjuvat esityksen aluehallinnon vahvistamisesta. Selvityshenkilön esityksestä jäivät jäljelle "Riepulän rippeet". -Hallitusohjelman tavoitteet alueiden päätösvalan lisäämisestä ovat romuttumassa. "Riepulän rippeiksi" nimetty lakiluonnos

on kompuroiden ja pahasti myöhässä päässyt lausuntokierrokselle. ...Nykyisen hallituksen hajasijoittamispolitiikassa ei ole yhtään mitään järkeä, raivoavat palkansaajajärjestöt. ...Hallitus ei piittaa pätkääkään tuottavuudesta vaan on vain päättänyt, että valtion sektorin työpaikkoja on oltava maakunnissakin, [STTK:n puheenjohtaja] Mäenpää sanoo. Hän muistuttaa, että hajasijoittamisen alkuperäisenä ideana oli uudistaa ja järjeistää valtion hallintoa sekä saada aikaan säästöjä ja tuottavuutta. "Meillä pitää olla aluepolitiikkaa. Mutta sen pitää tapahtua niin, että kehitetään paikkakunnan osaamista niiden omista lähtökohdista. Nykyinen hallitus irrottaa toimintoja jo toimivasta kokonaisuudesta" Mäenpää jyrisee. Hän kuvaa touhua hirvittävän kalliiksi puuhasteluksi: "Tilojen hankkiminen, toimintojen siirtäminen ja virkamiesten jatkuva asioiminen Helsingissä maksavat hirvittävästi." Valtion uuden henkilöstötilinpäätöksen mukaan alueellistaminen on johtanut työntekijöiden määrän sekä työvoimakustannusten kasvamiseen ja työntekijöiden sairauspoissaolojen lisääntymiseen. ...Järjettömien päätösten kunniapaikalle nousee sekä [SAK:laisen Valtion yhteisjärjestön VTY:n puheenjohtaja] Ranniston että Mäenpään mielestä puolustusvoimien ruokahuollon sijoittaminen Kuopioon. "Päätös oli puhdasta politiikkaa ja kaikkea järkeä vailla." ...

Helsingin Sanomat 9.3.2005

Yllä olevassa katkelmassa väitettä valtion virastojen hajasijoittamis päätösten järjettömyydestä perustellaan osoittamalla konkreettisin esimerkein (sairauspoissaolot, tilahankinnat, asioimiskulut) nämä päätökset epävarmuutta aiheuttavaksi ja kustannuksia "hirvittävästi" lisääväksi pakkotoimenpiteeksi (puolustava retoriikka). Samalla pyritään ironisoimalla osoittamaan hajasijoittamisella olleen juuri päinvastaisia vaikutuksia kuin mitä alun perin toimenpiteillä on lähdetty tavoittelemaan. Kustannusten säästön sijaan kustannukset ovatkin todistetusti kasvaneet ja palvelujen toimivuus heikentynyt, eli enemmällä väellä saadaan aikaan vähemmän (hyökkäävä retoriikka). Sen lisäksi uutisoinnissa käytetään metaforia ("Riepulan rippeet", kompuroida), jotka luovat kuvaa torsosta lakiluonnoksesta sitä tuntemattomillekin lukijoille. Uutisessa vedotaan virallisuonteiseen asiakirjaan, henkilöstötilinpäätökseen, jonka tulosten pohjalta vaikutelma päätösten järjettömyydestä kasvaa, vaikka niiden ei suoraan todistetaakaan johtuvan juuri alueellistamistoimenpiteistä. Tuottavuus vaikuttaa kuitenkin henkilöstötilinpäätökseenkin vedoten faktuaalisesti, mitattavasti ja siten todistettavasti huonontuneen, vaikka muuta tavoiteltiin.

4.2 Miksi argumentoida – ja miksi ei?

Jos kaikkien yksilöiden tajunta olisi yhteinen ja sen myötä mielipiteet, näkemykset ja käsitykset maailmasta yhtenäisiä, retoriikka olisi tarpeetonta (vrt. Burke 1969, 23; ks. myös Perelman 1996, 11). Käytännön elämässä ja käytännöllisissä tieteissä, kuten poliittisissa ja muissa yhteiskunnallisissa ja eettisissä kysymyksissä, ei kuitenkaan, dominoivista diskursseista huolimatta, ole yhtä totuutta: näkökulmamme ja näkemyksemme eri asioista ja sen myötä arvokkaista, tavoiteltavista asioista vaihtelevat ja synnyttävät myös ristiriitoja yksilöiden ja yhteisöjen välille esimerkiksi toiminnan tapojen ja yhteisön päämäärien suhteen. Retoriikka on funktionaalista kielenkäyttöä: erilaisin argumentoinnin keinoin halutaan saada jotakin aikaan tai tuottaa jotakin (vrt. Jokinen ym. 1999,

127; vrt. Burke 1969, 44, 49). Kaikella retoriikalla pyritään paitsi vaikuttamaan tavoitellun yleisön mielipiteisiin ja ajatteluun myös saamaan se toimimaan retoriikan käyttäjän haluamalla tavalla – luomaan niin kutsuttua toiminta-alttiutta (Perelman 1996, 19, 27; ks. myös Burke 1969, 41; Billig 1991, 14). Vetoamalla retorisesti kuulijoiden tunteeseen tai järkeen (ks. Burke 1969, 51) pyritään rakentamaan faktoja (!) ja luomaan uskottavuutta (ja käyttämään valtaa) niin tiedotusvälineissä, politiikassa, julkishallinnossa, liike-elämässä, oppilaitoksissa kuin yksityiselämässäkin perheen ja ystävien parissa. Myös tieteellinen tutkimus aina retoriikan itsensä tutkimista myöten käyttää retoriikkaa vakuuttaakseen yleisönsä (Jokinen ym. 1999, 156–157). Neuvottelemalla eli käyttämällä retoriikkaa – taitavaa puhetta, suostuttelua ja vakuuttelua – voidaan pyrkiä muokkaamaan yksilöiden ja yhteisöjen eri asioille ja tilanteille antamia merkityksiä samaan suuntaan. Se taas voi luoda pohjaa tilanteiden yhteisille tulkinnoille, yksimielisille valinnoille kiistojen ratkaisemiseksi ja edelleen yhteiselle toiminnalle ja yhteiselämälle. (vrt. Burke 1969, 25, 44; ks. myös Jokinen ym. 1999, 128; Billig 1987, esim. 232–233). Maailmasta ja ympäristöstä muokataan puheen avulla käsiteltävämpi, käsitettävämpi ja konkreettisempi.

Argumentoinnilla voidaan ajaa omaa etua ja rakentaa erilaisia toimijuuksia. Kohdistamalla puhe jollekin tietylle yleisölle tullaan samalla osoittaneeksi, että sen näkemyksille annetaan arvoa, mikä osaltaan saattaa lisätä yleisön vastaanottavuutta ja helpottaa yhteisen näkemyksen saavuttamista (Perelman 1996, 17–18). Argumentoiminen on eräänlainen sosiaalistumisen väline – toimija voi retoriikalla tavoitella jalansijaa omille näkemyksilleen ja asemaa yhteisössä tasavertaisena, vaikutusvaltaisenakin jäsenenä (vrt. Burke 1969, 39). Argumentoijan retoriikassaan ajaman asian ja yhteisen edun ei tarvitse olla keskenään ristiriidassa, vaan ne voivat myös tukea toisiaan (vrt. Burke 1969, 36–37): esimerkiksi vaaleissa ehdokkaat voivat tavoitella ääniä lupaamalla valituksi tullessaan puolustaa toimivaa vanhustenhuoltoa – tai kuten viime eduskuntavaalien alla luvata tuntuvia palkankorotuksia joillekin ryhmille. Toisinaan ristiriitaa argumentaation ja yhteisen edun välille kuitenkin syntyy, kun omaa näkökulmaa ajetaan läpi huomioimatta esimerkiksi kulloisenkin tilanteen erityispiirteitä tai kulttuuri- tai muita tavoitteiden oikeutuksen kannalta olennaisia eroja (ks. Burke 1969, 32, 34; vrt. Perelman & analogiat, 1996, 134). Esimerkiksi tuotannon (ja suunnittelun) siirtämistä halvemman työvoiman alueille argumentoidaan usein paitsi kustannussäästöin myös (länsimaisen) hyvinvoinnin levittämisenä – työtilaisuudet ja niiden mahdollistama elintason kohoaminen – kysymättä miten kohdealueen asukkaat itse hyvinvoinnin tai hyvän elämän mieltävät (vrt. tässä esim. Guba & Lincoln 2005, 212) tai tarkemmin perustelematta edes omaa käsitystä hyvinvoinnista. Hyvinvointiin vientiartikkelina ei näyttäisi sisältyvän siihen ainakin Pohjoismaissa kuuluvaksi mielletty minimielintason turvaaminen alueella kaikille tasapuolisesti (ks. esim. Allardt 1976, 28, 39–42), koskapa moni länsimainen yritys, joukossa suomalaisiakin, on vapautettu veroista useaksi vuodeksi (Helsingin Sanomat 19.3.2006). – Joskus retoriikkaa voidaan tietoisestikin käyttää todellisten tavoitteiden tai toimintatapojen naamioimisessa (ks. Burke 1969, 45).

Retoriikan osuvuus ja tarpeellisuus onkin aina sidoksissa tilanteeseen (Jokinen ym. 1999, 128; vrt. myös esim. Perelman 1996, 157). Argumenttien monilukuisuus voi puoltaa väitettä, mutta mikäli argumentit ovat keskenään ristiriitaisia tai joku monista argumenteista on vähemmän uskottava kuin muut, kokonaisuuden luotettavuus saattaa kärsiä (Perelman 1996, 98–99). Toisinaan koko argumentoinnin tarpeellisuus voidaan kyseenalaistaa. Yleisössä saattaa herättää joissakin tilanteissa enemmän luottamusta kyky hillitä argumentointia ja varsinkin liioittelevaa puhetta vuolaan puolustamisen (tai hyökkäämisen) sijaan. Viimeksi mainittu voi joskus herättää epäluuloja ja paljo puhe joissakin yhteyksissä olla asialle haitaksi – argumentaatio saa selittelyn makua. Liiallinen sanoilla kikkailu saattaa aiheuttaa jopa vastareaktion: yleisö saattaa hylätä argumentoijan näkemyksineen, jos se kokee, että sen älykkyyttä aliarvioidaan tai sen kykyä tehdä itse johtopäätöksiä väheksytään yrittämällä kaunopuheisuudella johtaa huomio pois itse asiasta ja tarjoamalla valmiita vastauksia (vrt. Perelman 1996, 156–163). Liioittelevasta argumentoinnista tai liian ahnaan, joskaan ei kovin kaunopuheisen, hyökkäämisen vaaroista käy tätä kirjoitettaessa (kevät 2007) ajankohtaiseksi esimerkiksi se, kuinka SAK joutui vetämään pois julkisesta levityksestä oletettua vastustajaa liian vahvasti ja mauttomastikin mustamaalaavan omaa kannattajajoukkoaan vaaliurnille yllyttävän ja pelottelevaksikin mainitun mainoskampanjan. Sittenminhän kampanjan on väitetty osaltaan vaikuttaneen vaaleissa muotoutuneisiin puolueiden voimasuhteisiin ja vaalien jälkeiseen poliittisen vallan jakoon maassamme.

Argumentaatio ei ole tarpeen tai mielekäästä silloin, kun näkemykset voidaan perustella analyttisen päättelyn avulla (vrt. Perelman 1996, 9) mielipiteistä riippumattomasti totuutta koskevassa päättelyssä kuten esimerkiksi matematiikassa. Perelmania (1996, 18) mukaillen joskus itse yhteiskunnan rakenteet tai järjestelmä tekevät retoriikan hankalaksi, tarpeettomaksikin: usein esimerkiksi diktatorisissa järjestelmissä vaihtoehtoiset tavat ajatella tai ainakaan tuoda vaihtoehtoisia ajatuksia julki eivät joko ole sallittuja lainkaan tai ajatusten ilmaisua rajoitetaan. Ihmisellä on oltava vapaus valita toimintatapansa, jotta hän voisi suostua kehotuksesta tekemään jotakin (vrt. Burke 1969, 50–51; vrt. Billig 1991, 20; Aristoteles 1997, 1356a–1357a). Mielenkiintoinen ja ajatuksia herättävä on Perelmanin (emt.) ajatus siitä, että demokratiassa voidaan niin ikään luoda kuva valinnan vapaudesta sallimalla näennäisesti julkinen keskustelu valintojen pohjaksi. Tosiasiallisesti keskusteluun kuitenkin vaikutetaan ja valintoja ohjataan valtaapitävien etujen mukaisesti säätelemällä sitä, kenen ääni kuuluu ja mistä aiheista keskustellaan. Iltaapäivälehtien lööpit ovat yksinkertainen esimerkki yleiseen keskusteluun ja arkipäivän aiheisiin vaikuttavista välineistä. Paranoiaa sen enempää kylvämättä syitä niiden yksitoikkoihin ja -tuumaisiin aihevalintoihin voi jokainen lukija miettiä (vrt. diskurssit, retoriikan intressit ja valta). Ihminen voi toisin sanoen itse dominoivin diskurssein määrittää olosuhteet niin, että vain tiettyjen toimintatapojen uskotaan tuottavan niin ikään dominoivin diskurssein tavoittelemisen arvoisiksi määritetyt päämäärät – valinta ei ole vapaa, tai sen vapaus on näennäistä. Esimerkiksi kasvun ja kilpailukykyyn nimissä oikeutetaan monenlaisia manöövereitä.

4.3 Retoriikan tutkimus – tunnistamisesta funktionaalisuuteen

Jonathan Potterin (1996, 99–102) mukaan tutkittaessa sosiaalisen todellisuuden diskursiivisesti rakentuvaa luonnetta on usein keskitytty lähinnä siihen, millaisia dominoivia diskursseja voidaan tunnistaa, ja miten ja millaiseksi ne todellisuutta rakentavat (mm. Foucault, Barthes). Potterilainen retoriikan tutkimus jatkaa ja laajentaa Aristoteleen retoriikan tutkimuksen perinnettä palauttamalla siihen argumentaation funktionaalisuuden tutkimisen. Argumenttien kehittelyn ja diskurssien rakentumisen ja niiden rakentaman todellisuuden lisäksi retorisen menetelmän avulla voidaan tutkia sitä, miksi argumentit vaikuttavat ja vakuuttavat ja mitä niillä tuotetaan. Huomio kiinnitetään toimintaan ja sen seurauksiin (vrt. Jokinen ym. 1999, 127, 131): mitä argumentoinnilla halutaan saada aikaan jossakin kontekstissa eli mikä on sen funktio kussakin tilanteessa? Tällöin tutkitaan siis sitä, mihin argumentoija pyrkii, miten hän haluaa missäkin tilanteessa asemoitua ja miten hän puolustaa ja oikeuttaa asemansa ja erilaiset tapansa olla, tehdä ja elää rakentamalla kieltä käyttämällä faktoja ja erilaisia itseään ja toimintaansa kuvaavia kategorioita (ks. Potter 1996, 103; Jokinen ym. 1999, 127; vrt. Billig 1987, 176–177 sekä Billig 1991, 19; 204 ja retoriikan strateginen kontekstuaalisuus ja tavoitteellisuus).

Yksinkertaisemmin sanottuna tutkijan voi sanoa olevan kiinnostunut siitä, mitä tutkimuksen kohde, vuorovaikutukseen osallistuja kertoo itsestään: millaisia asioita hän haluaa korostaa ja mitä kenties jättää sanomatta – ja miksi? Toiseksi tutkija voi myös pyrkiä tunnistamaan vuorovaikutuksessa ja kommunikaatiossa muutoin, ilman kohteen omaa (tietoista) määrittelyä, rakentuvia sosiaalisia ja diskursiivisia luokkia. Jokinen ym. (1993) puhuvat tästä ilmiöstä erilaisten toimijuuksien diskursiivisena rakentamisena ja Burke (1969, 21) identiteetin retorisenä rakentumisena (ks. myös Wooffitt & Clark 1998, 107, 120). Tätä kielessä konstruoituvan identiteetin ideaa esittelin jo luvussa 2 puhuessani tutkimukseni ontologisista lähtökohdista.

Vaikka Potter (1996) toista mieltä onkin, Jokinen ym. (1999, 129) toteavat argumentoinnin vaikuttavuuden ja onnistumisen olevan tärkeä, joskaan ei kovin helposti analysoitava tutkimuksen kohde. Retoriikan voima ja houkuttelevuus riippuu sekä argumentoijan taidoista että käytettävissä olevista viestinnän välineistä ja niiden mahdollistamasta näkyvyydestä eli Burken (1969, 25–26) retoriikan resursseiksi nimeämistä tekijöistä. Taitavakin retoriikka on turhaa, jos kuulijoita ei ole tai heitä ei voi tavoittaa. Tutuksi voi tulla toistamalla omaa viestiä ja pyrkimällä näkymään mahdollisimman kattavasti. Burke (emt.) toteaa jopa, että näkyminen ja toisto ovat retoriikan laatua tärkeämpiä resursseja: yleisö saattaa identifioitua puhujan kanssa mutkattomammin tämän runsaan näkymisen kautta syntyvän tuttuuden vaikutelman kuin itse vakuuttelun keinojen vakuuttavuuden vuoksi. Näkyväksi tekeminen vaatii kuitenkin retoristen taitojen lisäksi usein suhteita. Näkyville nousemisen ja siellä pysymisen kannalta tärkeitä ovat erilaiset yhteistyöverkostot ja eri toimijoiden välisten suhteiden laatu ja toimivuus. Toimijan suhteilla ympäristöönsä – sidosryhmäsuhteet ja sosiaalinen

pääoma – voi olla paljonkin merkitystä myös sille, miten niiden viesti otetaan vastaan (ks. esim. Fuller & Tian 2006 ja sidosryhmäsuhteet – sosiaalinen pääoma). Perelman (1996, 16–18) puhuu kohtaamisen mahdollisuudesta, jolla voidaan tarkoittaa niin kuulluksi tulemisen mahdollisuutta yleensä kuin yleisön halua ja motivaatiota kuunnella.

4.4 Argumentoinnin keinot

Jotta argumentoija voisi saavuttaa haluamansa, argumentoinnin kohteena olevan yleisön on voitava luottaa paitsi itse sanottuun myös sen esittäjään (vrt. esim. Aristoteles 1997, 1356a 5–13). Argumentin painoa (vrt. Perelman 1996, 156–158) voidaan siksi arvioida niin sen esittäjän kuin itse argumentinkin luottavuuden kannalta (ks. mm. Jokinen ym., 1999, 132). Taitava retoriikan käyttäjä tuo esille varsinaisen asiansa vasta onnistuttuaan synnyttämään luottamusta ja saavuttamaan jonkinlaisen yhteisymmärryksen eli niin sanotun yhteisen toiminnan kentän yleisönsä kanssa (ks. Burke 1969, 69; vrt. Perelman 1996, 18; ks. myös Billig 1987, 232–233). Gabrielia (1998) mukaillen tämän saavuttamiseksi argumentaation tulisi sisältää jotakin tuttua ja kuulijoille henkilökohtaisesti tärkeää (vrt. Burke 1969, 19–21). Tästä näkökulmasta merkityksellisiä ja parhaiten vaikuttavia ovat kertomukset, joissa on jotakin yleisölle tuttua ja sille samastumisen kohteita ja mahdollisuuksia tarjoava juoni, toimijoita ja toimintaa. Yleisöllä on omat motiivinsa kuunnella: se voi odottaa ohjeita tai neuvoja tulevaa varten (poliittinen puhe), kommentteja tai arvioita menneestä (oikeudellinen puhe) tai vain yksinkertaisesti olla kiinnostunut jostakin aiheesta tai sitä koskevasta uudesta tiedosta. Myös puhuja itsessään voi persoonana tai yhteisönä kiinnostaa yleisöä ja saada sen siksi kuuntelemaan, mitä hänellä on sanottavanaan – tällaisia karismaattisiksikin nimitettäviä vaikuttajia tai auktoriteetteja ovat meillä esimerkiksi isä Mitro, Jorma Ollila ja Nokia Oyj. (Vrt. Burke 1969, 70; ks. myös Billig 1987, 78.)

Puolustavaan ja hyökkävään argumentointiin on olemassa useita retoriksi keinoiksi kutsuttuja tekniikoita (vrt. Perelman 1996, 46–49). Näitä retoriikan keinoja voidaan valita ja niiden käyttöä harkita esimerkiksi sen mukaan, ketä ensisijaisesti tavoitellaan (vrt. esim. Burke 1969, 4; ks. myös Jokinen ym. 1999, 132). Yleisön vallassa on joka tapauksessa uskoa tai kyseenalaistaa argumentointi, testata sen paikkansapitävyyttä ja halutessaan myös hylätä argumentoijan näkemykset (vrt. Perelman 1996, 155–162). Myös vuorovaikutustilanne vaikuttaa retoristen keinojen tehoon ja vaikuttavuuteen. Eri keinojen tehoa voidaan lisätä käyttämällä niitä limittäin ja yhtäaikaisesti (vrt. Jokinen 1999, 163; ks. myös Potter 1996, 119–120; vrt. Perelman 1996, 58).

Esittelen seuraavassa tekstissä Jokisen ym. (1999, 132–155) tapaa eritellä argumentoinnin keinoja – tapoja, joilla esimerkiksi identiteettejä voidaan tuottaa ja rakentaa – voidakseni perustellusti itse empiirisessä analyysissä tunnistaa ja eritellä yritysten käyttämiä retorisia keinoja. Sovellan siis omassa tutkimuk-

sessani Jokisen ym. erittelyä, joka perustuu suureksi osaksi Potterin (1996) tekemään retoristen keinojen jaotteluun. Myös Billig (1987) sekä Jokisen ym. aiemmat tekstit ovat vaikuttaneet tässä esiteltäviin keinoihin ja niiden nimeämiseen. Neljä ensimmäistä keinoa painottuvat argumentoijan aseman ja loput argumentin vakuuttavuuden vahvistamiseen, joskin keinot tästä näkökulmasta kietoutuvat Jokisen ym. (emt.) mukaan usein toisiinsa. Kaikkia kuvattuja keinoja voidaan käyttää sekä puolustamiseen että hyökkäämiseen. Lista keinoista ei ole tyhjentävä (vrt. Jokinen emt.) – argumentoinnin tapoja rajoittanevat vain puhujan taidot ja kekseliäisyys. Käytännön esimerkit keinojen soveltamisesta olen poiminut osaksi yleiseen aluekeskusteluun liittyvästä, osaksi erityisesti Keski-Pohjanmaan maakuntaa tai sen osia koskevasta lehtikirjoittelusta havainnollistaakseni johdannossa esiin tuotuja alue- ja Keski-Pohjanmaata koskevan keskustelun sävyjä ja painotuksia. Eri retoristen keinojen valaisemiseksi olen käyttänyt joissakin kohdin samoja tekstejä; keinojen avaamisen ohella näin tulee osoitettua keinojen joustava, yhtäaikainen ja limittäinenkin hyödyntämisen mahdollisuus ja niiden toisiaan vahvistava vaikutus.

4.4.1 Intressien häivyttäminen

Retoriikalla tavoitellaan aina jotakin. Jos kuulijalle kuitenkin syntyy kuva, että puhuja tavoittelee pelkästään omaa etuaan, retoriikan vakuuttavuus kärsii ja kuulijan luottamusta – ja haluttua vaikutusta – on vaikea saavuttaa. Ihmiset eivät hevin usko toistensa vilpittömyyteen (vrt. Potter 1996, 110–111). Yksi tapa vahvistaa kohdeyleisön luottamusta on *etäyttää* itsensä esittämästään väitteestä niin, että yleisölle syntyy *kuva toimijan pyyteettömyydestä* (Jokinen ym. 1999, 132–135; vrt. Billig 1991, 125).

Sanomalehti Kalevan pääkirjoituksessa 18.1.2005 kirjoitetaan Vaasan läänin pohjoisosassa aika ajoin viritellystä keskustelusta lääninrajan tarkistamisen tarpeesta – pohjoisosan liittämisestä Oulun lääniin – ja siitä, kuinka toiveet lääninrajan siirtämisestä ovat kasvaneet vuonna 1997 toteutetun lääninuudistuksen jälkeen. Perusteluina muutoksen tarpeelle kirjoituksessa nostetaan esiin muun muassa nykyisen Länsi-Suomen läänin valtava koko eteläpohjoissuunnassa, minkä vuoksi läänin pohjoisosassa sijaitsevalla Keski-Pohjanmaan maakunnalla on paljon vähemmän yhteisiä pulmia Turun seudun ja etelärannikon kanssa kuin Oulun lääniin kuuluvien kuntien kanssa. Kirjoittajan havaintojen mukaan monen keskipohjalaiskunnan luottamushenkilöt ovatkin turhautuneet nykyiseen tilanteeseen. Kirjoittajan mukaan Oulun lääniin liittymisen puolesta voisi puhua esimerkiksi se, että monet Keski-Pohjanmaalla vielä ratkaisemattomat ongelmat on Pohjois-Pohjanmaalla, siis Oulun läänin alueella, jo onnistuttu ratkomaan. Kirjoituksessa korostetaan kuitenkin keskipohjalaiskuntien oman päätöksen ja liittymishalun tärkeyttä ja tuodaan samalla esiin keskipohjalaisten oma aloitteellisuus ja tahto asiassa:

Tässäkin yhteydessä on hyvä toistaa, että ajatus Keski-Pohjanmaan aseman muuttamisesta lääninjaossa ei ole lähtenyt Oulun läänistä. Keskipohjalaiset ovat ottaneet asian esille omatoimisesti. Niin täytyy tietysti ollakin. Keskipohjalaisten tekemän aloitteen jälkeen ...muutkin asiaan liittyvät tahot voivat tuoda mielipiteitään julki.

...Niin [liittyminen] voi kuitenkin tapahtua vain siinä tapauksessa, että Keski-Pohjanmaalla on asiasta riittävän laaja yhteinen tahto. Pakkoratkaisuihin ei tällaisissa asioissa pidä mennä.

Keskipoijalaisten omaa tahtoa korostamalla etäytetään ja torjutaan lehden, joka määrittelee itsensä sitoutumattomaksi Pohjois-Suomen äänenkannattajaksi, tai koko vastaanottavan alueen omat intressit liittymisen suhteen.

Vakuuttavuutta ja luotettavuutta voi pyrkiä lisäämään kertomalla omien ajatusten ja kantojen kehittymisestä erityisesti silloin, kun *kantaa on tarkistettu* niin, että aiemmin puolustetuista, mahdollisesti omia intressejä palvelevista näkökulmista on jouduttu luopumaan tai niitä muuttamaan. Todellisuutta on syystä tai toisesta ruvettu hahmottamaan jollakin toisella tavalla kuin aikaisemmin, ja siksi myös toimijan näkemykset ovat muuttuneet. Perustelemalla uudenlaista argumentointiaan tekemällä uusia tulkintoja ja niihin johtaneita syitä näkyväksi puhuja voi koettaa vaihtaa mielipiteitään uskottavuutensa säilyttäen: ajatukset eivät ole muuttuneet hetken mielijohteesta vaan kokemukseen ja siitä viisastumiseen perustuen. (Jokinen ym. 1999, 132–135.)

Kalevassa 17.1.2005 ilmestyneen artikkelin aiheena on lääninrajojen mahdollinen uudelleen arviointi tulevana vuonna. Artikkelissa todetaan, että Länsi-Suomen läänin maaherra Rauno Saari ”ei pidä valtakuntansa kokoa ongelmallisena”. Saaren mukaan

...[Länsi-Suomen] lääninhallitus pystyy tarjoamaan hyvin kansalaisten tarvitsemat ja lakien edellyttämät lähialuetehtävät vahvojen alueyksiköiden ansiosta. Sellaiset ovat Porissa, Tampereella, Jyväskylässä ja Vaasassa.” Saari on kuitenkin valmis neuvottelemaan: ”... Tietysti aluejaosta täytyy olla valmiutta keskustella. Mutta ei ole lääninhallitusten asia piirrellä rajoja. Se on hallituksen ja eduskunnan tehtävä”, Saari sanoo. –Perään hän huomauttaa, ettei lääninrajojen vetäminen ole koskaan helppoa. Se on aina ollut ongelmallista ja luultavasti näin on jatkossakin ...hallintonselonteko antaa eduskunnalle mahdollisuuden käydä perusteellinen ja raikaskin keskustelu siitä, mihin suuntaan aluehallintoa tullaan viemään.

Saari siirtää näin keskustelun fokusta hieman itse uutisen aiheesta sivuun korostaessaan aluehallinnosta käytävän keskustelun tärkeyttä yleensä pelkän rajakeskustelun sijaan ja osoittaa samalla olevansa valmis sekä pohtimaan asiaa yleisellä tasolla että myös tässä erityistapauksessa, vaikka nykyinen olotila, suuri lääni, ei ongelmia hänen mukaansa tähän mennessä ole aiheuttanutkaan ja se on pystynyt tehtävänsä hoitamaan. Yleinen etu näyttäisi siis menevän oman edun edelle. Tosin hän myös huomauttaa, ettei asia ole hänen tai kenenkään muunkaan läänin viranomaisen vallassa, vaikka keskustella toki voidaan.

Intressejä voi häivyttää myös *korostamalla* molempien osapuolten, niin puhujan kuin yleisönkin, saavutettavissa olevia *yhteisiä etuja*, jos kuulijat ovat valmiita taipumaan puhujan näkemysten taakse tai toimimaan hänen ehdottamallaan tavalla. Suora, rehellinen puhe omista hyödyistä on omiaan vahvistamaan kuulijan uskoa ja luottamusta puhujaan ja tämän aikeisiin. (Jokinen ym. 1999, 132–135.) Kalevassa 17.1.2005 Oulun läänin maaherra Eino Siuruainen tunnustaa suoraan uskovansa Oulun läänin hyötyvän Keski-Pohjanmaan maakunnan mahdollisesta liittymisestä hallinnoimaansa lääniin: ”Oulun läänin kannalta aluerajan valuminen etelämmäksi ja Keski-Pohjanmaan maakunnan

siirtyminen osaksi lääninä olisi Siuruaisen mielestä erinomainen ratkaisu”. Siuruainen nostaa pienten maakuntien selviämisen ”kilpailussa” esiin tilanteen kannalta relevanttina ongelmana, joka pienenee liittämällä pieniä maakuntia hallinnollisesti yhteen:

...jatkossa pitää osata katsoa myös sitä, miten Suomi maapalloistumisessa pärjää hallintorakenteidensa ja niiden toimivuuden puolesta. Siuruaisen mielestä ongelmaksi voi tulla se, miten pienet maakunnat selviävät kilpailussa. -Tässäkin suhteessa Oulun läänin pinta-alan laajentaminen kolmen maakunnan - Pohjois-Pohjanmaan, Keski-Pohjanmaan ja Kainuun - kattavaksi olisi Siuruaisen mielestä erittäin hyvä ratkaisu.

Lääninrajan muutos palvelee siten niin ottajan kuin antajankin etuja: Oulun lääni vahvistuu, kun se saa jäsenekseen vielä yhden pienen maakunnan ja pienet maakunnat puolestaan hyötyisivät kukin yhteistyöstä tasa-arvoisina kump-paneina. Lääninrajojen siirtämisestä hyötyy lopulta koko Suomi.

4.4.2 Puhujan kategorisointi

Puhujan asema voi antaa tälle oikeuden puhua ja tietää ja siten edesauttaa puhujan viestin menemistä perille, liittyy aseman suoma asiantuntijuus puheena olevan argumentin alaan tai ei. Viestin sisältö voi jopa olla toissijainen - tärkeämpää on, kuka sen välittää; *kuka ja missä asemassa* joku puhuu. Esimerkiksi oma ammattikuntani, psykologit, näyttäisi saavuttaneen monen mielessä tällaisen aseman. Psykologisen kriisiavun merkitys ja mahdollisuus siihen on joissakin tilanteissa erinomainen asia; vähemmän erinomaista on se, että kriisiavun tarpeesta missä tahansa poikkeuksellisessa tilanteessa on tullut lähes normi. Omaa luokkaansa ovat tilanteet, joissa psykologin asiantuntijalausuntoja kaivataan arvioitaessa sateisen kesän vaikutusta lomailijoiden mielialaan (matala) ja edelleen reseptiksi sateisesta säästä selviämiseen (lautapelit), kuten pari kesää takaperin paikallisen radion aamuohjelmassa, tai pohdittaessa politiikkojen tai muiden julkisuuden henkilöiden parisuhteiden kestävyyttä viihdelehtien palstoilla. Kategoriaan pääseminen (tai siihen joutuminen) voi edellyttää määrätynlaista *koulutusta, tietynlaista puhumisen ja käyttäytymisen tapaa tai julkista valtuutusta*. Viimeksi mainittuun helposti tunnistettavissa olevaan kategoriaan kuuluvat esimerkiksi presidentti, kansanedustajat ja muut luottamustehtävien haltijat. (Vrt. Jokinen 1999 ym., 135-136.)

Keski-Pohjanmaassa 23.4.2007 ilmestyneessä artikkelissa siteerattiin Helsingin Sanomien uutista hyvä- ja huono-osaisten ryhmien muuttovirtojen suunnista. Alkuperäisen uutisartikkelin aiheena oli valtiotieteen tohtori, kehitysjohtaja Timo Aron Helsingin Sanomien pyynnöstä tekemä Tilastokeskuksen vuodelta 2004 peräisin oleviin tietoihin perustuva selvitys asiasta. Huono-osaiksi määriteltiin matalapalkkaiset, vähän koulutetut, työttömät ja ikääntyneet. Uutisen mukaan ”näin mitaten voittajaksi tuli 11 seutukuntaa”, joukossa Kokkolan seutukunta. Selvityksen tekijän - puhujan - asiantuntijuus syntyy tekstissä sekä koulutuksen että johtavan aseman (valtiotieteen tohtori, kehitysjohtaja) rakentaman julkisen valtuutuksen kautta. Asiantuntijuutta vahvistaa

puhujan tietolähteenä käyttämä yleisesti tunnettu (institutionalisoitunutkin?) organisaatio (Tilastokeskus). Nämä seikat vahvistavat puhujan valtuuksia puhua ylläkuvauduista kriteereistä huono-osaisuuden symboleina. Eräänlaiseksi asiantuntijaksi Keskipohjanmaa-lehden uutispätkässä rakentuu varsinaisen lausunnon antajan lisäksi myös uutisen välittänyt valtakunnan päälehdeksikin tituleerattu tietolähde.

Puhujan asemaa voi vahvistaa myös kuulijoiden kokemus siitä, että heillä on puhujan kanssa *yhteisiä arvoja tai tavoitteita*. Yhdistävä tekijä voi olla *kokemus tasavertaisuudesta* tai muutoin samasta hierarkkisesta asemasta – ylipäättään puhujan kokeminen jollakin tavalla tutuksi ja luotettavaksi, mahdollisesti myös *samastumisen* kohteeksi. Jo yhteinen murre, osuvasti valitut puheen painotukset, äänensävy ja eleet tai samansuuntaisiksi mielletyt asenteet saattavat riittää kääntämään tilanteen kokonaisuudessaan puhujan puolelle. Yhdistäviä tekijöitä voidaan tehdä näkyväksi kategorisoimalla: ”te, kollegani..., arvoisat toverit...” (Jokinen ym. 1999, 135–136). Pääministeri Matti Vanhanen totesi Keski-Pohjanmaan liiton 75-vuotisjuhlaseminaarissa 23.5.2005 pitämässään puheessa, että

[o]n paikallaan, että uusmaalainen pääministeri on täällä juhlapuhujana ikään kuin pienenä vastapalveluksena sille, että Keski-Pohjanmaa on luovuttanut niin monta näkyvää valtiollista vaikuttajaa isänmaan käyttöön, viimeksi Esko Ahon lama-ajan pääministeriksi. Lisäksi voidaan mainita sellaiset nimet kuin Kauno Kleemola, Viljami Kalliokoski ja Oskari Tokoi. Harva maakunta kykenee esittämään tällaista nimigalleriaa kansakunnan kaapin päältä. Kyllä teissä täytyy jotain erityistä olla.

Keski-Pohjanmaa tuottaa pääministerin suulla tiuhaan tahtiin niin pääministeri- kuin muutakin vaikuttaja-ainesta valtakunnan palvelukseen ja asemoituu siten vähintäänkin samanarvoisena jos ei ylivertaisenakin muuhun Suomeen ja myös puhujaan nähden.

Enemmästi retoriikkaan perustuvat kategoriat voivat vaihdella hyvinkin joutuisasti. Kullakin toimijalla on mahdollisuus tulla luokitelluksi useammalla tavalla (vrt. esim. Wooffitt & Clark 1998 ja moninaiset identiteetit). *Kategorioiden legitimaatio ja arvostus vaihtelee* tilanteesta toiseen ja eri yhteyksissä voi olla tarpeen herätellä erilaisia kategorioita ja korostaa erilaisia omaa argumentointia tukevia luokituksia. Viime kädessä yleisö päättää argumentoijan mielipiteen oikeutuksesta tai sen totuudellisuudesta. Mikä toimii yhden kuulijajoukon kanssa voi olla suorastaan puhujan intressien vastaista toisen yleisön näkökulmasta. Tilanteen kannalta ”väärä” asiantuntijuus voi haitata halutun viestin läpimenoa ja viedä uskottavuutta puhujalta. (Vrt. Jokinen ym. 1999, 135–136.)

Keski-Pohjanmaa-lehden 15.2.2005 mukaan sosiaalidemokraatit ovat usein toistaneet ajatusta suurempien ja tehokkaampien kuntien tarpeellisuudesta, eikä (sosiaalidemokraatteihin kuuluvan) valtiovarainministeri Antti Kalliomäen edellisviikolla esittämä asiaa koskeva puheenvuoro lehden mukaan siksi yllättänyt ketään. Lehti jatkaa, että ”kun myös keskustalainen kuntaministeri Hannes Manninen lupaa lähiaikoina kymmeniä kuntaliitoksia ja valmiutta palveluiden perusteelliseen uudistamiseen, jotakin lienee todella tapahtumassa”. Lehdessä todetaan, että

Keskustan kansanedustajien ja ministerien suusta tällaista puhetta ei ole totuttu kuulemaan. Eikä varsinkaan Mannisen kaltaiselta mieheltä, jonka tähänastinen elämäntyö on paljolti ollut taistelua itsenäisten kuntien olemassaolon puolesta. Ministerin virka tuskin olisi Manniselle auennut, ellei keskusta olisi pitänyt häntä kuntasioiden asiantuntijana.

Puhujan sanoman uskottavuuteen ja hänen oikeuteensa "tietää" ja lausua tarvitaan sekä ministerin asema että tietynlainen puoluetusta. Valtiovarainministerin ajatellaan toistavan jotakin taustalleen ominaista vakiintunutta hokemaa. Sen sijaan keskustalaisen ministerin uskottavuutta asiantuntijana vahvistaa se, että hänen sanomakseen viesti sisältää jotakin ennalta arvaamatonta ja epätavallista, jotakin, mitä ei tällaisen henkilön suusta ole totuttu kuulemaan. Hänet on syytä ottaa tosissaan, koska lausuma ei ole pelkästään aseman velvoittama. Lausujan sanoma ja sen viesti voidaan lukea todelliseksi asiantuntemukseksi, joka osittain on perusteltavissa myös sillä, että lausujan tähänastiset omat intressit tuntuvat menevän lausuman kanssa ristiin (vrt. intressien häivyttäminen).

Helsingin Sanomissa 9.3.2005 kirjoitetaan maakuntien vallan lisäämisen pysähtymisestä hallituksen linjaeroon. Utisen mukaan

Keskustan ja Sdp:n näkemys ero alueiden kehittämisestä vesitti lakiesityksen. SAK ja STTK kritisoivat rajusti hajasijoituspolitiikkaa. ...Keskustalaiset mielivät maakuntien aseman vahvistamista. Sosiaalidemokraatit eivät tästä ole innostuneet, vaan tavoitteet voivat kääntyä jopa päinvastaisiksi, hallituspiireistä kerrotaan. Demariarvioiden mukaan syvenevä globalisaatio saattaa edellyttää keskushallinnon aseman vahvistamista. ...ministeriöissä ei luoteta maakuntahallinnon edustavuuteen. ...Palkansaajajärjestöjen mielestä hallituksen hajasijoittamispolitiikka on "vailla kaikkea järkeä" ja "hivittävän kallista puuhastelua". -Tuottavuuden ja toimintojen järjeistämisen sijaan hallitus tekee vain puoluepoliittisia päätöksiä, kritisoivat SAK ja STTK.

Lainauksessa lausumien antajat kategorisoidaan niin, että tietyillä ryhmillä näyttäisi kollektiivisesti olevan yhtenevät, toisistaan poikkeavat näkemykset aiheesta (palkansaajajärjestöt ja sosialidemokraatit vs. hallitus ja keskusta). Myös lausumien ja ylipäättään toimijatahon luotettavuutta ja oikeutta sanoa jostakin asiasta jotakin arvioidaan sen mukaan, kuka ja missä asemassa milloinkin asiasta puhuu - ministeriöt eivät luota maakuntahallinnon edustavuuteen, ja toisaalta koko uudistus leimataan toisella taholla puoluepoliittiseksi puuhasteluksi. Kategorioiksi ja niiden asiantuntemuksen mitaksi näyttäisi muodostuvan se, onko toimija liikkeellä poliittisen toimintansa, virkamiesasemansa vai palkansaajien etujen ajajana.

4.4.3 Puhujan liittoutumisen aste

Puhujan sitoutuminen sanomaansa vaikuttaa viestin uskottavuuteen ja totena pitämiseen. Jos asiantuntijaksi kategorisoitu henkilö sanoo jotakin omaan asiantuntemusalueeseensa liittyvästä asiasta niin, että kuulijalle välittyy käsitys hänen olevan *sanomansa takana henkilökohtaisesti*, lausumaa pidetään herkemmin totena kuin silloin, kun asiantuntija osoittaa vain *raportoivansa* jostakin asiantilasta. Jokinen ym. (1999, 136-138) puhuvat liittoutumisen asteesta ja käyttävät

esimerkkinä sosiaalityöntekijää, jonka oma ääneen lausuttu toteamus uskosta päihdeasiakkaan kuivilla pysymiseen herättää enemmän luottamusta ympäristössä, kuin jos työntekijä kertoisi pelkästään asiakkaan itsensä uskovan raittutensa pysyvyyteen. Tyypillisenä raportojana Jokinen ym. mainitsevat uutistenlukijan, jonka ei ajatellakaan tarjoilevan omia näkemyksiään vaan odotetaan kertovan neutraalisti päivän tapahtumista sekoittamatta puheeseensa omia mielipiteitään.

Keskipojanmaa-lehdessä 24.5.2005 toimittaja kertoo eli raportoi ensin oman tulkintansa siitä, mitä pääministeri Matti Vanhanen on sanonut ja otsikoi tekstinsä ”Pääministeri Matti Vanhanen pitää K-P:n liiton toimintaa hyvänä – Liiton lopettamisesta ei puhetta.” Sen jälkeen hän lainaa suoraan Vanhasen puhetta:

Meillä on joidenkin maakuntien kohdalla ollut kriittistä keskustelua. En ole Keski-Pohjanmaan osalta tällaista keskustelua vähään aikaan kuullut. Ratkaisevaa on se, että maakunnat itse pystyvät osoittamaan menestyksensä. Maakunnan toiminnan on oltava sellaista, että sillä on olemassaolon oikeutus. Keski-Pohjanmaa on onnistunut minun silmissäni erittäin hyvin...

Puheessaan Vanhanen itse sitoutuu henkilökohtaisesti, omiin kokemuksiinsa perustuen väittämiinsä Keski-Pohjanmaan liiton olemassaolon oikeutuksesta: ”en ole ...vähään aikaan ...kuullut, on ...minun silmissäni...”. Väitteiden vakuuttavuutta lisää se, että hän vihjaa jossain vaiheessa toisenlaistakin kuulleen: ”Meillä on ollut ...kriittistä keskustelua. En ole Keski-Pohjanmaan osalta ...vähään aikaan kuullut.”

4.4.4 Konsensus, asiantuntijalausunnat ja itsestänselvyydet

Konsensusta voidaan osoittaa käyttämällä *puheessa me-muotoa* tai *lainaamalla jonkin asiantuntijana pidetyn tahon näkemyksiä*, esimerkiksi erilaisia laatusertifiointeja ja luottoluokituksia, jostakin asiasta omien lausumien tueksi. Molemmilla keinoin osoitetaan väitteen takana olevan useampi henkilö kuin pelkästään itse puhuja. Samasta ilmiöstä kertoo jonkin asian esittäminen itsestänselvyytenä *vetoamalla suuren joukon kulttuurisesti syntyneisiin näkemyksiin* ”kaikkihan sen tietävät, että...” (Jokinen ym. 1999, 138-139). Joskus konsensusta rakennetaan luomalla kuvaa siitä, että *kaikki tai lähes kaikki ajattelevat tietyllä tavalla*.

Helsingin Sanomien Vieraskynä-palstalla 22.11.2004 dosentti Sami Moisio kirjoittaa siitä, kuinka

[j]otkut korkeat virkamiehet ja elinkeinoelämän edustajat ovat sanoneet, että kilpailukykyämme uhkaa vallitseva yhteiskunnallinen hyvinvointimalli, jonka mukaan kehitys tulee ulottaa koko maan alueelle. ...

Kysymyksessä on asiaa tuntevien henkilöiden kollektiivinen näkemys, ei yksittäisen henkilön kannanotto. Moisio jatkaa, että ”Näin ollen alueellisesta hyvinvointimallista tulisi luopua, jotta edes pääkaupunkiseutu voisi menestyä globaalissa kilpailussa”. Rohkeasti tulkittuna voisi päätellä, että Moisio ajatukset kulkevat samansuuntaisesti kuin kirjoituksessa mainittujen korkeiden virka-

miesten ja elinkeinoelämän edustajien, vaikkei hän suoraan näin toteakaan vaan pohtii globalisaation merkitystä kilpailukyvyn turvaamiselle monelta suunnalta ja nykyisen, kuten nykyisen kaltaisen aluepolitiikan, aiheuttamaa uhkaa yhteiselle edullemme. Ainakin kirjoituksessa mainittujen asiantuntijatahojen mukaan tilanne vaatii välttämättä (näin ollen) tietynlaisia, mahdollisesti nykyisen aluepolitiikan ja sen mukaisten käytännön toimien tarkistamista ja muuttamista – Moision kirjoituksen mukaan muun muassa sen pohtimista, ”jaetaanko niukenevia resursseja tasaisesti vai lisääntyviä resursseja epätasaisesti”. Keskipohjanmaa-lehdessä 15.2.2005 todetaan, kuinka

[s]uurin osa ihmisistä ymmärtää, että palveluiden tuottaminen ei saa jatkuvasti maksaa enemmän kuin on tuloja. Yhtä selvää on sekin, että kuntatalouden ongelmat eivät katoa, vaikka kunnat yhdisteltäisiin maakuntien kokoisiksi. Oleellista on, mitä tehtäviä kuntatalouden täytyy jatkossa hoitaa. ...

Annettaessa ymmärtää, että kaikki tai lähes kaikki (suurin osa ihmisistä, yhtä selvää on, oleellista on) ajattelevat tietyllä, väitetyllä tavalla, väittämää ei todennäköisesti lähdetä aivan suoralta kädeltä kumoamaan. Ainakin vastaargumenttien tueksi on voitava esittää yhtä pätevää näyttöä kuin alkuperäisessä väittämässä todetut suurien joukkojen itsestään selvään pitämät seikat.

Konsensusta luotaessa syntyy myös jännitteitä. Helsingin Sanomat 9.3.2005 kirjoittaa, kuinka

[m]aakuntien vallan lisääminen pysähtyi hallituksen linjaeroon. Keskustan ja Sdp:n näkemysero alueiden kehittämisestä vesitti lakiesityksen. SAK ja STTK kritisoivat rajusti hajasijoituspolitiikkaa. ...Maakuntien ja alueiden päätösvallan lisääminen on kaatumassa päähallituspuolueiden periaatteelliseen näkemyseroon alueiden roolista.... Keskustalaiset mielivät maakuntien aseman vahvistamista. Sosiaalidemokraatit eivät tästä ole innostuneet, vaan tavoitteet voivat kääntyä jopa päinvastaisiksi, hallituspöytäkirjoista kerrotaan. Demariarvioiden mukaan syvenevä globalisaatio saattaa edellyttää keskushallinnon aseman vahvistamista.

Lehden mukaan ”Palkansaajajärjestöjen mielestä hallituksen hajasijoittamispolitiikka on vailla kaikkea järkeä” ja ”hallitus tekee vain puoluepoliittisia päätöksiä”. Lausumien ja eriävien mielipiteiden takana on aina jokin kollektiivinen yhteisö – milloin hallitus, milloin ministeriö tai jokin puolue tai palkansaajajärjestöt –, jonka sisällä vallitsee konsensus. Vaikka hallitus periaatteessa kokonaisuutena ajaa jotakin asiaa, sen eri osapuolet, oman taustansa mukaan, eivät käytännössä sitoudukaan tähän suurempaan yhteisöön ja sen virallisiin tavoitteisiin vaan puhuvat ja toimivat oman taustaorganisaationsa tai -ryhmittymänsä hengessä. Yhteisöllisten siteiden voimakkuus siis vaihtelee.

4.4.5 Vaihtoehdottomuus – faktuaalistaminen

Faktuaalistavassa argumentaatiossa väitteiden esittäjä pyrkii esittämään argumenttinsa *vaihtoehdottomina tosiasioina*. Argumentteina käytetään loogisen päätelyn tavoin premissejä, joista pyritään antamaan se vaikutelma, että ne ovat niin kutsuttuja selviöitä eli faktoja (vrt. Perelman 1996, 59–60 ja kvasilooginen argumentaatio). Argumenttoija toimii vain hänestä riippumattomista tosiasioista

väistämättä seuraavien johtopäätösten raportioijana. Faktoina esitetyt premissit ovat argumentoijan omia mielipiteitä, joiden uskottavuus ja arvo riippuu kuulijoiden hyväksynnästä. Väittämät ja premissit rakennetaan kuitenkin niin, että hyväksymällä niissä esitetty väistämätön yleisö voi osoittaa rationaalisuuttaan. Vastaväitteet tai väittämien kyseenalaistaminen osoittaisivat ainakin heikosti perusteltuina irrationaalista ajattelua – olisivat naurettavia, säälettäviä tai osoittaisivat vastaväittäjän tietämättömyyttä. Todistelussa voidaan käyttää jotakin vakiintunutta termistöä tai muutamaa yleisesti käytössä olevaa metaforaa painokkuuden lisäämiseksi. Kielellisin keinoin faktuaaliseksi rakennettua kuvausta ei silloin ajatella olevan edes tarpeen kyseenalaistaa – itsestäänselvyys on syntynyt. (Jokinen ym. 1999, 140–141)

Sanomalehti Kalevassa 18.1.2005 otsikoidaan, kuinka ”Lääninrajan siirto epäilyttää keskipohjalaisia”. Keski-Pohjanmaan liiton valtuuston puheenjohtaja Roy Sabel toteaa ”Keski-Pohjanmaan perinteisesti suuntautuneen etelään” eikä usko yhtälöön, ”jossa Keski-Pohjanmaa kuuluisi Länsi-Suomen vaalipiiriin ja Oulun läänin”. Aluerajausten muutoksia ollaan valmiita pohtimaan. Puheenjohtaja Sabel toteaa lehden mukaan, että ”Ajatuksena se [lääninrajan siirto] on mahdollista”. Käytännössä Sabelin mielestä rajausten seuraukset esimerkiksi vaalipiirijaon kannalta olisivat ongelmallisia ja saattaisivat johtaa toiminnan halvaantumiseen alueella: ”...siinä tilanteessa olisi mahdotonta toimia”. Sabel ei perustele toimintakyvyn menetystä ainakaan lehtijutun mukaan tämän enempää – muutokset itsestään vain ovat sekä tarpeettomia jo perinteisen suuntautumisen vuoksi että myös mahdottomia johtaessaan muun toiminnan lamaan- tumiseen eivätkä ne siis voi olla vaihtoehto nykyiselle järjestykselle. Samaisen Kaleva-lehden pääkirjoituksessa 18. tammikuuta todetaan lääninrajojen siirrosta kuitenkin, että enemmistön valta on kyseenalaistamaton ja sen tahtoa tulisi noudattaa:

Keskustelua syytä jatkaa. ...demokratiassa vähemmistö ei saa pitää enemmistöä panttivankinaan. Jos ainoastaan joku paikallinen vähemmistö vastustaa merkittävästi lääninrajan tarkistamista, valtakunnan päättäjillä pitää olla oikeus ratkaista asia enemmistön tahdon mukaisesti.

Tosiasiapuheessa *toimijan vastuu hämärtyy eikä tapahtumien syitä pystytä erittelemään*. Yleisölle syntyy vaikutelma, että tapahtumat etenevät (tai niiden annetaan edetä) vääjäämättöminä välttämättömyyksinä omalla painollaan ilman, että niihin voi kukaan aktiivisesti vaikuttaa. Joskus näin voidaan pyrkiä osoittamaan esimerkiksi, että moraalikysymysten pohtiminen on turhaa, koska jokin toimintatapa on puheena olevassa tilanteessa ainoa mahdollinen, aiheuttipa se miten paljon kärsimystä tahansa jollekin ryhmälle. Esimerkiksi tieteellisessä tutkimuksessa argumentaatio perustellaan aineistolla ja käytettyjen menetelmien yleisellä hyväksyttävyydellä: tutkija häivyttää itsensä ja toteaa aineistosta seuraavan vääjäämättä, sen pakottamana ja tutkijan asiaan vaikuttamatta tietynlaisia, usein kuitenkin tutkijan ennako-oletuksia noudattelevia tutkimuksen tuloksia. Poliittisessa puheessa erityisesti ikävät asiat usein vain tapahtuvat, jolloin niihin ei auta kuin sopeutua. Näin voidaan pyrkiä saamaan yleisö hyväksymään vaikkapa sen saavuttamia etuja huonontavia taloudellisia leikkauk-

sia välttämättömänä selviämisen edellytyksenä tai ainoana vaihtoehtona. (Jokinen ym. 1999, 140–141.) Keskipohjanmaa-lehdessä 15.2.2005 kirjoitetaan, kuinka ”Talouden realiteetit ovat pakottaneet [kuntaministeri Mannisen/keskustan] linjan tarkistuksiin...”, halusivat asiasta päättävät tahot sitä tai eivät, eikä kymmenille kuntaliitoksille ja palveluiden perusteelliselle uudistamiselle ole vaihtoehtoisia ratkaisu- tai uudistamismalleja juuri ole, koska ”...pääosa Suomen kunnista ei selviä peruspalveluiden tarjoamisesta yksin”. Suuri on tehokasta, ja siksi talouden realiteetit ohjaavat kohti suurempia kokonaisuuksia.

Vastuuta voidaan hämärtää myös häivyttämällä subjekti käyttäen *passiivii- ilmaisua* tai *nominalisaation* kautta. Tilastokeskuksen pääjohtaja Heli Jeskanen-Sundström toteaa Keski-Pohjanmaan liiton juhlaseminaarissa 23.5.2005, kuinka

[t]iedon ja informaation kasvava rooli tuotannontekijänä on laajalti tunnistettu ja tunnustettu. Talouden kasvututkimuksista on jo pitemmän aikaa voinut vetää sen johtopäätöksen, että oleellisin asia nykyaikaisessa liike-elämässä on aineeton tieto ja osaaminen. Myös erilaisissa kilpailukyky- ja globalisaatioraporteissa vanhoja teollisuusmaita patistetaan siirtymään tieto- ja innovaatiokeskeiseen kehitysvaiheeseen. ...

Puhuja häivyttää sekä itsensä että mahdolliset muut toimijat toteamalla tiedon olevan tietyn kaltainen, ”tunnistettu ja tunnustettu” asia, jolla on tietynlainen (itsestään selvä?) merkitys, määrittelemättä tarkemmin kuka asian tunnistaa ja tunnustaa, ja joka johtaa tietynlaiseen kehitystarpeeseen ja patistaa siirtymään johonkin uuteen, kertomatta kuka patistaa. Rationaalisesti ajattelevan ihmisen oletetaan ymmärtävän tämän ilman tarvetta väitteen enemmälle resurssoinnille tai esimerkiksi tiedon käsitteen avaamiselle.

4.4.6 Kategoriat vakuuttamisen keinona

Argumenttien kategorisointia voidaan tarkastella niiden sosiaalisen tuottamisen ja rakentumisen, niiden häilyvyyden ja muuttuvuuden sekä niiden tilanteisen vaihtuvuuden näkökulmasta (Jokinen ym. 1999, 141–142). Samaa toimintaa, toimintatapaa tai väitettä voidaan *eri tavoin kategorisoimalla yhtä lailla puolustaa, oikeuttaa kuin kritisoidakin* (Billig 1987, 135). Asiat ja niiden suhteet, syyt ja seuraukset voidaan toisin sanoen esittää eri valossa ja korostaa erilaisia seikkoja halutun vaikutuksen aikaan saamiseksi (ks. Jokinen ym. 1999, 141–144). Burke (1969, 92–93) viitanee samaan asiaan väittämien eulogisuudella ja dyslogisuudella. Sanavalinnoilla voidaan siis ohjata kuulijaa puoltamaan tai vastustamaan jotakin. Kirkollinen vihkivala voidaan nimetä parisuhteen rekisteröimisen tavaksi, vanhojen hurskauden tai taikauskon osoitukseksi tai institutionaalisen vallan välineeksi, jolla hallitaan yksilöiden elämäntulkua ja kahlitaan yksilönvapautta ja valinnan mahdollisuuksia. Vaatimus ajokunnon osoittamisesta lääkärintodistuksella iän karttuessa voidaan mieltää yhteisön tai järjestelmän lainsäädännön tavoitteeksi pohjustaa liikenneturvallisuuksia. Se voidaan myös käsitellä puuttumisena ihmisten oikeuksiin tai osoitukseksi siitä, että yhteiskuntajärjestelmä määrittelee ja arvioi ikämme ja ikääntymisemme vaikutukset meidän itsemme sijaan. Jokinen ym. (1999, 143) toteavat kategorisointia käytettävän paljon esimerkiksi tiedotusvälineissä ja poliittisessa argumentaatiossa. Kaustisen

kunnan talousarvioesitys otsikoitiin maakunnallisessa Keskipohjanmaalehdessä 8.12.2006 "Paniikkijarrutukseen ei haluttu mennä - Kaustisen talousongelmissa", kun paikallislehti Perhonjokilaaksossa otsikko kuului samana päivänä "Palvelutalo hallitsee Kaustisen investointeja - ostopalvelut ongelmana". Molemmista artikkeleista todettiin itse leipätekstissä kunnan talouden olevan alijäämäinen, minkä puolestaan todettiin johtuvan kunnan investointien määrästä ja laajuudesta.

Myös korkeakoulujen hajasijoittamisen merkitys ja merkittävyys on muutamana vuoden sisällä tuottanut näkökulmasta riippuen aivan erilaisia otsikoita ja uutisia. Helsingin Sanomissa otsikoitiin 13.1.2007, kuinka "Muu Suomi korkeakouluttaa väkeä töihin Uudellemaalle". Uutisessa jatkettiin, että

[y]liopistotutkimon 2000-2003 suorittaneista yli 40 prosenttia meni töihin Helsingin seutukuntaan ja yli kaksi kolmannesta viiteen seutukuntaan, joita on Suomessa yhteensä 77. ...Uudenmaan yliopistoista valmistuneista työllisistä 80 prosenttia oli löytänyt työpaikan Helsingin seudulta. ...Kun katsotaan muita maakuntia, Vaasan yliopistosta lähdetään eniten (44) prosenttia Helsingin seudulle.

Kauppalehdessä taas otsikko kuului 8.6.2005, kuinka "Vaasasta valmistunut jää yhä useammin töihin Pohjanmaalle". Tekstissä kerrottiin, että

Vaasan yliopistosta vuonna 2004 valmistuneet työllistyivät hyvin ja yhä useammalla oli valmistumishetkellään työpaikka Pohjanmaalla eli Vaasan ympäristössä ja rannikkoseudulla. Sen sijaan Uudenmaan osuus työllistäjänä on viime vuosina selvästi pienentynyt. Vaasasta valmistuneista peräti 55 prosentilla oli työpaikka jonkin neljän pohjalaismaakunnan alueella. Eniten vastavalmistuneita sijoittui Pohjanmaalle. Vaasassa opiskelevista noin kolmannes on kotoisin eteläisestä Suomesta...

Kummassakin uutisessa esitettyjen prosenttilukujen merkitys jää hämäräköksi varsinkin, jos niitä vertaillaan keskenään - Pohjanmaan lasi on puoliksi tyhjä tai puoliksi täysi sen mukaan, ajatellaanko Pohjanmaalta lähtevän *melkein puolet* muualle vai sinne jäävän *yli puolet* alueen yliopistossa opiskelleista. Uutisten otsikointi ohjanee prosenttien tulkintoja jonkin verran.

Yksittäinen kategoria voidaan jakaa erilaisiin osakategorioihin tai sitä voidaan kuvata yksityiskohtaisesti ja runsassanaisesti niin, että sama kategoria saa lopulta useita erilaisia merkityksiä. Kategorisoinnissa on siten myös vaaransa - joskus psykologin asiakas, joka tulee vastaanotolle yhden tiedostamansa ongelman takia ja liikkeellepanemana, saattaa lähteä vastaanotolta tunnin kuluessa yhden uudelleen nimetyn probleeman lisäksi kymmenen uuden ongelman kanssa, ellei psykologi oli varovainen omien näkemystensä esille tuomisessa ja yhteenvetojensa tekemisessä. (Vrt. Jokinen ym. 1999, 141-144.) Seuraava teksti valaisee kategorisoinnin näkökulmasta keskipohjalaista lääninjakokeskustelua.

Lääninrajan siirto epäilyttää keskipohjalaisia. ...mahdollisuus siirtää Länsi-Suomen läänistä pohjoisosa, eli Keski-Pohjanmaan maakunta, Oulun läänin saa varovaista vastakaikua keskipohjalaisissa vaikuttajissa, mutta sille asetetaan ehtoja. Lääniä tärkeämmäksi nähdään muut hallinnolliset rakenteet ...Maakuntajohtaja Altti Seikkula Keski-Pohjanmaan liitosta ei tyrmää ajatusta Keski-Pohjanmaan maakunnan siirtämiseksi Länsi-Suomen läänistä Oulun läänin. -"Irrallisena läänijaon muutos ei maakunnan ongelmia ratkaise, vaan on keskusteltava myös maakuntajakoon ja TE-

keskukseen liittyvistä kysymyksistä. Kielikysymys on ratkaistava ja hallinnolliset ja vaalipiiriratkaisut on erotettava toisistaan. ...Jos koetaan, että Länsi-Suomen lääni on ylisuuri ja kipupisteisiin pitää saada helpotusta, maakunnan siirto Oulun lääniin on yksi mahdollisuus." -Kokkolalainen kansanedustaja Bjarne Kallis (krist.) torjuu kokonaan ajatukset siirtää Keski-Pohjanmaan maakunta Länsi-Suomen läänistä Oulun lääniin. -"On hyvin arveluttavaa ruveta muuttamaan rajoja. Jos niitä muutetaan syntyy tyytymättömyyttä ja vaatimuksia muuttaa niitä takaisin ja muuttaa muitakin rajoja. Ennemmin tai myöhemmin pitäisi muuttaa vaalipiirien rajoja ja siitä tulee taas uusia ongelmia." Kalliksen mielestä koko läänijärjestelmä voitaisiin lopettaa. "TE-keskukset hoitavat niiden tehtävät." Nykyinen lääninraja ei ole Kalliksen mielestä tuottanut suuria ongelmia. ...Toholampilainen kansanedustaja Mika Lintilä (kesk.)... kertoo vierastavansa läänijärjestelmää ja tähdentää, että keskipohjalaisille lääninä tärkeämpi on itse maakunta. -Hän ei vastusta lääninrajan siirtoa, jos muut hallinnolliset rakenteet saadaan toimimaan. "Ensin on käytävä keskustelut TE-keskuksesta ja vaalipiireistä." -Keski-Pohjanmaan liiton valtuuston puheenjohtaja Roy Sabel (sd.) ...näkee, että lääninrajan siirrosta koituisi suuria ongelmia, isoimpana niistä ruotsin kieli. -Sabel toteaa Keski-Pohjanmaan perinteisesti suuntautuneen etelään. Hän ei usko yhtälöön, jossa Keski-Pohjanmaa kuuluisi Länsi-Suomen vaalipiiriin ja Oulun lääniin. "Ajatuksena se on mahdollista, mutta käytännössä ei. Siinä tilanteessa olisi mahdotonta toimia." -Kokkolan kaupunginhallituksen puheenjohtaja Veikko Laitila (kesk.) toppuuttelee keskustelua lääninrajasta. "Raja ei ole ollut kehityksen este mihinkään suuntaan. Ennemminkin pitäisi poistaa läänit kokonaan. -Lääneistä on kahdenlaista näkemystä Kokkolan kaupungissa ja myös maakunnassa. Kokkola nähdään peikkona. Se suuntautuu etelään ja maakunta pohjoiseen. -Kokkolan ei kannata raja-siirtoa ajaa. Keskustelu aiheesta heikentää yhteistyökykyä paikallisesti ja alueellisesti ..."

Kaleva 18.1.2005

Eri tahot luokittelevat ja nimeävät jutun aiheena olevan alueen uudelleenjaon ja sen keskeiset piirteet, kysymykset, ongelmat tai seuraukset eri tavoin. Alueen uudelleen rajaamisen määrittelyn merkitystä ei kukaan kiistä, mutta näkemykset siitä, miten ja millä perusteella rajoja on syytä tarkistaa ja mikä lopulta on keskeinen hallinnollinen rakenne, vaihtelevat. Rajaamisen kannalta merkittäviä kysymyksiä ja perusteita ovat milloin läänin rajat ja niiden sijainti, milloin te-keskusten, maakuntien tai vaalipiirien aluejaot, milloin kielialueet tai yhteistyön perinteet ja sujuvuus. Myös jutun kirjoittajan näkemys lääninrajojen siirron saamasta kannatuksesta osoittautuu itse asiassa vain yhden tahon varovasti kannattamaksi - muut niin sanotut vaikuttajatahot eivät lopultakaan näe lääninrajaa lainkaan keskeisenä aluejaon perusteena.

4.4.7 Yksityiskohdat, määrällistäminen ja metaforat

Argumentin uskottavuutta voidaan pyrkiä retorisesti pönkittämään *kuvaamalla tilannetta yksityiskohtaisesti ja tarkasti esimerkiksi osana jotakin historiallista tapahtumaketjua tai -kulkua*. Yksityiskohtien ei välttämättä tarvitse olla kerrotun kannalta relevantteja puhuakseen sen totuuden puolesta. Tapahtumille voidaan yksityiskohdin myös rakentaa toimintaympäristöä tai -kontekstia ja luoda siten odotuksia, jännitystä ja halua mahdollisesti täydentää kertomusta kerrotun ohi: "mitä sitten tapahtui?" (Jokinen ym., 1999, 144-145). Tällaisin argumentein voidaan rakentaa ennakkotapauksia, malleja tai yleisiä sääntöjä, jotka luovat ja ylläpitävät havaitsemamme todellisuuden rakennetta (vrt. Perelman 1996, 60-61). Tapahtumat alkavat sen myötä ikään kuin odotuttaa itseään, olla ennustettavia ja antaa vaikutelman loogisesta tilanteen etenemisestä. Kuulija itse voi oman

kulttuurisen taustansa ja oppimansa ja kokemansa perusteella lisätä kertomukseen siitä mahdollisesti puuttuvan palan tarvitsematta perustella lisäystään. Kertoja voi viitata esimerkiksi henkilökohtaiseen kokemukseensa ”olin paikalla, kun...”. (Jokinen ym. 1999, 144–145). Keskipohjanmaa-lehdessä 15.2.2006 kirjoitetaan otsikolla ”Helsinki-vihamielisyyttä?”, kuinka

[s]uomalaisen yhteiskunnan yksi viime vuosikymmenien iso puheenaihe on ollut aluekehityksen vinoutuminen. Hieman yleistäen pääkaupunkiseutu vetää nuoren koulutetun väen ja maakunnat kutistuvat. Voi vain kuvitella mitä tapahtuisi, jos eduskunnan uusi ryhtiliike rupeaisi valvomaan parlamentissa entistä vahvemmin Helsingin etuja. –Edunvalvonnan suunnasta saa jonkinlaisen käsityksen kurkistamalla väestötilastojen historiaan. 1600-luvun lopussa Helsingin asukasluku oli 1500. Vuonna 1900 väkeä oli 94 000. Seuraavan viidenkymmenen vuoden aikana asukasluku kasvoi yli puolen miljoonan. Ei se itsestään tapahtunut, vaan tietoisien politiikan seurauksena. Viime vuosina itse pääkaupungin asukaslukuun on vaikuttanut Espoon, Vantaan ja kehyskuntien voimakas kasvu. –Peruslähtökohta on, että valtakunnalliset, ”koko maata palvelevat” laitokset sijoitetaan pääkaupunkiin automaattisesti. Koko kansan luonnollinen velvollisuus on osallistua kulttuuri- ja urheilukeskusten rahoitukseen. Yritysten pääkonttorit ovat siirtäneet vuodesta toiseen maakuntien rahan pääkaupunkiin. Valtion virastoissa on enemmän työväkeä kuin monissa kaupungeissa asukkaita. Yksittäisen pienekin viraston alueellistamispäätös koetaan silti loukkaavaksi. Jos maakuntien kansanedustaja uskaltaa puolustaa vaalipiirinsä näkökulmasta tärkeää hanketta, hänestä tulee mediassa siltarumpupoliitikko. Helsingikeskeisyyden kanssa kilpaileva politiikka on pekkarointia. –Aika vaikeaa on uskoa, että juuri helsinkiläiset kansanedustajat joutuvat ajattelemaan enemmän valtakunnallisesti kuin muut. Maakunnissakin on täytynyt hyväksyä kauan sitten ajatus talousveturien merkityksestä. Maakunnissa on omat kasvukeskuksensa. Valtakunnallisesti Helsinki on omassa luokassaan...

Esimerkissä lukijalle tarjotaan mahdollisuus miettiä ja itse täydentää kirjoittajan ajatuskulkua: kuinka sitten kävisikään, jos... (voi vain kuvitella...). Täydentämisen eväiksi tarjoutuvat aluekehityksen ja sitä koskevien kirjoittajan väittämiensä ja hänen luomiensa odotusten kannalta relevantit luvut pääkaupunkimme – ällistytävän? – väestönkehityksen historiasta ja sen taustavoimista ja esimerkit erilaisten palvelujen ja laitosten sijoittelusta ja rahoittamisesta.

Yksityiskohtaisessa maalailussa on kuitenkin myös riskinsä, ja siinä on oltava johdonmukainen ja tarkka. Jos kertomuksen yksityiskohdat eivät sovi yhteen, argumenttien uskottavuus todennäköisesti kärsii ja kertomus voi jopa mureta omaan mahdottomuuteensa. Ristiriitaisesta argumentoinnista esimerkkinä voisi mainita vaikkapa tuoretuotteina myytävät, pakkausselosteen mukaan suo- jakaasuun pakatut elintarvikkeet. (Jokinen ym., 1999, 144–145; vrt. myös Perelman 1996, 160–161.)

Kuulijaa voidaan pyrkiä vakuuttamaan oman väittämän totuudesta ja oikeutuksesta numeroin – prosentit, lukumäärät, taulukot – tai sanallisesti määrällistämällä – enemmän kuin, pienempi, valtava. Numerot ovat faktaa, johon perustuvasta argumentaatiosta kuulijalle jää käsitys mitattavasta ja näin todennettavasta asian tilasta eikä hän välttämättä tule ajatelleeksi, mihin tapahtuman tai tilannetta kuvaavia lukuja voisi verrata mittasuhteiden hahmottamiseksi. (Jokinen ym. 1999, 146–148). Ääri-ilmaisut – ei koskaan, kaikki, ei yksikään – kuuluvat myös määrällistämiseen. Keskipohjanmaa-lehdessä 6.7.2005 kirjoittaja

perustelee eri tavoin määrällistämällä vakuuttavasti sen, miksi oma apu on paras apu ja miksi itseä on syytä auttaa (alleviivaukset kirjoittajan):

Omin avuin väestökatoa vastaan. – Poliitikkojen puheet koko maan asuttuna pitämisestä eivät ole tarkasti ottaen olleet koskaan totta. Vielä vähemmän ne ovat totta tulevaisuudessa. Jos Suomen maapinta-ala jaetaan neliökilometrin ruutuihin, niistä suunnilleen kolmannes on asuttuja, kaksi kolmasosaa ilman vakituista asutusta. – Tyhjiin ruutujen määrä uhkaa kasvaa varsinkin Lapissa ja Itä-Suomessa, vaikka pahin autioitumisvauhti on hidastumassa. Tilastokeskuksen mukaan autioitumisuhan alaisia neliökilometrejä on 21 200. Niillä tarkoitetaan seutuja, joiden nuorimmatkin asukkaat ovat täyttäneet 50 vuotta. ... Keski-Pohjanmaan muuttotappiokunnissakaan ei ole kuitenkaan koettu sellaista katoa kuin itärajan tuntumassa. Esimerkiksi Ilo-mantsin väkiluku on pudonnut 50 vuodessa 14 000:sta 6 500:een. Virallisella Keski-Pohjanmaalla jokaisen maalaiskunnan asukasluku on alle 5 000, mutta kunnat ovat myös pinta-alaltaan pieniä. ... Vähitellen alueen asukkaille on kuitenkin valjennut, että muiden antaman tuen varassa maakunta ei nouse koskaan. Taannoin tehdyt tärkeät koulutusratkaisut tuottavat tulosta. Yrityselämä on elpynyt ja varsinkin metalliteollisuus kärsii Kokkolassa jo työvoimapulasta. – Valtion aluepoliittiset tukipäätökset eivät tietenkään ole väheksyttäviä eivätkä merkityksettä. Alueellistamispäätösten tuomat työpaikat ovat tervetulleita. Kehityksen kokonaissuuntaa niillä ei ole kuitenkaan mahdollista muuttaa. Hallitus sitä paitsi antaa ja ottaa yhtä aikaa. Se pyrkii siirtämään maakuntiin alueellistamisohjelmansa kautta 4 000-8 000 työpaikkaa, mutta jättää samalla täyttämättä paljon useampia eläkkeelle siirtyvien työpaikkoja. Monet maakunnat ovat lähivuosina menettämässä satoja virkoja. Keski-Pohjanmaa vähemmän, koska ei ole mistä menettää. ...

Metaforien, esimerkiksi kuvien tai sanontojen, käytöllä voidaan lyhyessä ajassa tai pienessäkin palstatilassa luoda argumentoijan kannalta tarkoituksenmukaisia mielikuvia tai assosiaatioita, jotka puhuvat argumentin puolesta; Jokinen ym. (1999, 148) käyttävät metaforien vaikutuksesta nimitystä merkityspotentiaalien mobilisointi (ks. myös Perelman 1996, 137). Keskipohjanmaa-lehden 6.7.2005 mukaan Keski-Pohjanmaan liiton projektipäällikkö Erno Hyvönen väittää Keski-Pohjanmaa 2010 -raportissa rautalankamallin, jota voitaneen pitää jonkinlaisena metaforan synonyyminä, maakuntakeskuksen kasvaneesta imusta. Hyvönen kehottaa ajattelemaan Keski-Pohjanmaata koko Suomena pienoiskoossa, jotta lukijalle syntyisi kuva siitä, millainen imu Kokkolalla tällä hetkellä on asuin- ja työpaikkana: "Kokkola on Helsinki, Kälviä vieressä Espoo tai Vantaa ja Lohtaja vaikkapa Kerava..." Hyvönen vertaa naisten asemaa alueella maahanmuuttajien asemaan Suomessa: "Kärjistäen voidaan sanoa, että naisten asema Keski-Pohjanmaalla muistuttaa maahanmuuttajien tilannetta koko maassa – yrittäjyyden vaihtoehto on työttömyys tai muutto muualle."

4.4.8 Muita keinoja

Jokinen ym. (1999, 152–155) nimeävät edellä kuvattujen keinojen lisäksi muutamia muitakin argumentoinnin tapoja, jotka esittelen tässä lyhyesti. *Listaamalla kolme väittämää vahvoistavaa yksityiskohtaa* tai perustelua argumentoija antaa näytön siitä, että väittämä ei ole tuulesta temmattu vaan kuvaa jotakin vakiintunutta, yleistä ilmiötä tai asiain tilaa. Keskipohjanmaa-lehdessä 15.2.2006 väitetään, että "...valtakunnalliset, 'koko maata palvelevat' laitokset sijoitetaan pääkaupunkiin automaattisesti". Jutussa jatketaan, kuinka

[1] Koko kansan luonnollinen velvollisuus on osallistua kulttuuri- ja urheilukeskusten rahoitukseen. [2] Yritysten pääkonttorit ovat siirtäneet vuodesta toiseen maakuntien rahaa pääkaupunkiin. [3] Valtion virastoissa on enemmän työväkeä kuin monissa kaupungeissa asukkaita. ...

Kontrastiparissa argumentoija rinnastaa kaksi arvoltaan ja tavoiteltavuudeltaan erilaista, argumentoijan arvostuksia mahdollisesti heijastelevaa seikkaa. Helsingin Sanomien mielipidepalstalla 29.12.2003 tutkimusjohtaja Raija Volk kirjoittaa otsikolla "Muutto etelään tuskin jatkuu samaa tahtia" vuosikymmeniä jatkuneesta muuttoliikkeestä Uudellemaalle ja pohtii nyttemmin syrjäisille alueille avautuvien työpaikkojen merkitystä muuttoliikkeelle: "...muuttajan valinnan vapaus kasvaa. Vähitellen alkaa paljastua *houkutteleeko uraputki Helsingissä vai rauhallinen maalaisasuminen.*"

Konkreettiset esimerkit ja erilaiset rinnastukset auttavat ymmärtämään argumentoijan ajatuskulkuja ja helpottavat argumenttien vastaanottamista. Keskipohjanmaa-lehden pääkirjoituksessa 8.8.2006 kirjoitetaan otsikolla "Työvoima liikkuu jo", kuinka valtiovarainministeriö, tarkoituksenaan edistää työvoiman liikkuvuutta, sisällyttää budjettiesitykseen uutena menoeränä varautumisen 500 euron muuttoavustusten jakoon. Lehti jatkaa SAK:n esittämästä ajatuksesta, jonka mukaan valtio voisi ostaa "taantuvilta paikkakunnalta muualle muutama joutuvilta tyhjiksi jäävät asunnot erilliseen 'roskapankkiin' " ja pitää sitä muuttoavustusta järeämpänä mutta lähiaikoina toteuttamiskelvottomana keinona. Lehden mielestä "Muuttoliike on kuitenkin myös poliittinen kysymys" ja perustelee väittämänsä konkreettisella rinnastuksella: "*Avustusajatustakin on jo moitittu maakuntien tyhjentämiseksi. Talojen osto olisi sitä oikeasti.*"

Vasta-argumentteihin varautumisella tarkoitetaan, että argumentoija pyrkii jo ennalta varaamaan jonkin argumentin omaan käyttöönsä ja estämään siten vastapuolen turvautumisen samaan perusteluun väitteidensä tueksi. Keskipohjanmaa-lehden pääkirjoituksessa 23.11.2006 todetaan, kuinka kotimaan ja ulkomaan kysyntää tyydyttämään tarvitaan erityisesti perinteisten ammattien harjoittajia. Lehden mukaan korkeimmin koulutettujenkin toimeentulomahdollisuudet on kuitenkin turvattava. Lopputulos on, että tarvitaan kaikenlaisia "osaajia":

Markkinoiden avautuminen, joka on merkinnyt kilpailun kiristymistä, ja monille yksilöille myös ylivoimaisiksi käyneitä vaatimuksia, on kuitenkin nostanut perinteiset ammatit selvästi uuteen kukoistukseen. Kotimaan ja ulkomaan kysyntää tyydyttämään ei tarvita vain it-osaajia, vaan perinteisen ammattitaidon hankkineita työmiehiä - yhä useammin myös naisia. -Liian yksipuolisessa kasvussa on toki vaaransaakin. Yksinään teolliset verstaat eivät pysty turvaamaan nykyistä eikä tulevaa väestönkasvua. Eikä kaikkia ihmisiä voi vain näille aloille kouluttaa. Nykyisen työpaikkakasvun rinnalle tarvitaan uutta aaltoa, joka avaa lisää toimeentulomahdollisuuksia myös korkeimmin koulutetulle nuorisolle.

Toistosta ja tautologiasta argumentoinnin keinona esimerkkinä käyvät monet mainokset - muun muassa television ostoskanavilla yhtä tuotetta koskevia samoja väittämiä toistetaan yhden mainosfilmin kuluessa siinä määrin ja niin kauan, että voitaneen puhua väsyttämisestä. Jokisen ym. (1999, 154) mukaan toistoon ja tautologiaan argumentaation keinona kuuluu myös toisen henkilön

argumenttien sitominen osaksi omaa argumentaatiota ja siteeratun argumentin kehittyminen keskustelun kuluessa. Jokinen viittaa tässä Billigiin (1991), joka puhuu uuden luomisesta "uudelleen kontekstualisoinnin" avulla. Samalla argumentti saa Jokisen mukaan uusia merkitysulottuvuuksia. Keskipohjanmaalehden pääkirjoituksessa 5.3.2004 toistetaan ensin Oulun läänin maaherra Eino Siuruaisen laatiman raportin argumentit ja nimetään niihin pohjaten Keski-Pohjanmaan maakunnan tulevaisuuden kannalta merkitykselliset toimijat ja niiden tehtävät (alleviivaukset kirjoittajan):

Yrittäjyys ja koulutus hyvä pohja. – Oulun maaherran Eino Siuruaisen selvitystä tutkimus- ja kehitysrahoituksen alueellisesta hyödyntämisestä voi Keski-Pohjanmaalla lukea kahdesta näkökulmasta. Yksi näkökulma on katsoa tilastoja, joissa verrataan maakuntien tämänhetkistä tilannetta. Siinä vertailussa Keski-Pohjanmaa on monesti häntäpäässä. Väestökato on ollut jatkuvaa. Maakunta on luovuttanut koulutettua väestöään muualle maahan, vaikka koulutusaste ei muutenkaan ole ollut kovin korkea. Myös tutkimus- ja kehittämistoiminnan menoissa sijoitukset ovat ikävät. ...Tämä surkuttelu on kuitenkin vain osa totuudesta. Kokonaan toisen näkökulman saa, kun katsoo Siuruaisen raportin osaa, jossa tarkastellaan kahta keskeistä tulevan menestyksen lähdeä: yrittäjyyttä ja koulutusta. Raportin mukaan Keski-Pohjanmaa on "Suomen parhaimpiin pk-yrittäjyyden alueisiin kuuluva". Siuruainen käy perusteellisesti läpi Keski-Pohjanmaan yrittäjäjärjestön laatimaa kilpailuohjelmaa. Tässä vertailussa ei tšekäläisten tarvitse hävetä. Myös maakunnan osaamisen vahvistuminen saa laajan huomion. Kokkolan yliopistokeskus ja Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu saavat ansaitsemansa tunnustuksen aktiivisesta, yhteistyökykyisestä ja nykyaikaisesta toiminnasta. ... (Siuruainen) näkee tulevaisuuden menestyksen edellytyksinä hyvän perusrakenteen: väestön, koulutuksen, yrittäjyyden ja luovuuden. Vasta näiden päälle voidaan rakentaa seuraavat kerrokset hallinnon ja julkisen rahoituksen avulla. Tätä taustaa vasten on helpompi ymmärtää, miksi selvitysmiehen raportissa Keski-Pohjanmaa saa melko näkyvän aseman ...tehdään ehdotus Tekesin alueellisen toimintayksikön perustamisesta Keski-Pohjanmaalle. ...Siuruaisen raportti vahvistaa käsitystä, että yrittäjyys ja koulutus ovat vahvempi tulevaisuuden turva Keski-Pohjanmaalla kuin hallinto. Hallintoakin toki tarvitaan, mutta sen on nähtävä roolinsa aitojen vahvuuksien tukijana, ei muusta yhteiskunnasta irrallisen valtakamppailun kenttänä.

4.5 Yhteenveto

Tässä luvussa olen esitellyt retoriikan historiaa ja sen kehittymistä nykymuotoonsa, retoriikan merkitystä ja tavoitteita ja retorisia keinoja erityisesti potterilaisesta näkökulmasta. Olen pohtinut, miksi ylipäätään voi olla tarpeen argumentoida jonkun asian puolesta, esitellyt retoriikan tutkimuksen kehitystä keinojen tunnistamisesta siihen, mitä retoriikalla pyritään tuottamaan ja lopuksi aluepuhetta koskevin esimerkein avannut erilaisia argumentoinnin keinoja. Retoriikan keinot voivat kohdistua niin argumentoijaan kuin itse argumenttiinkin – usein keinoja käytetään yhtäaikaisesti molempiin tarkoituksiin. Samoja retoriikan keinoja voidaan niin ikään käyttää sekä jonkun asian puolustamiseen että sitä vastaan hyökkäämiseenkin. Kaikkiaan retoriikka on paljon enemmän kuin joskus väitettyä kaunopuheisuutta – retoriikka on läsnä kaikessa kielen käytössä. Tästä näkökulmasta lähdän tutkimukseni empiirisessä osiossa tutkimaan analyysin kohteena olevia yritysten www-sivuja ja niiltä löytyviä tekstejä.

Voidakseni perustellusti tehdä johtopäätöksiä yritysten retoriikassa rakentuvista identiteeteistä niiden toimintaympäristön hyvinvoinnin näkökulmasta esittelen vielä ennen empiiristä analyysyä erilaisia näkökulmia itse hyvinvointiin.

5 NÄKÖKULMIA HYVINVOINTIIN

Luvussa 2 esittelin kielessä rakentuvia vaihtoehtoisia ja mahdollisia Keski-Pohjanmaita. Alue voitiin kuvata niin vahvaksi ja elinvoimaiseksi kuin riittäisäksi, näivettyväksi ja taantuvaksikin seuduksi. Erilaiset kokemukset ja näkemykset perustuivat siihen, kuka puhuu ja mistä puhuttiin – mille puheessa annettiin painoa. Puhuin myös siitä, kuinka tähän puheeseen rakentuvaan sosiaaliseen todellisuuteen on periaatteessa ”kenen tahansa” mahdollista vaikuttaa.

Konstruktionistisesta näkökulmasta alueen identiteetti ja sen tarjoamat mahdollisuudet hyvinvoinnin kokemiseen voidaan mieltää toiminnassa ja puheessa rakentuvaksi ja niissä muokattavaksi sosiaalisen todellisuuden osaksi. Alueen vetovoimaisuus ja sen tarjoamat hyvinvointia mahdollistavat olosuhteet näyttäisivät kulkevan käsi kädessä (vrt. esim. Karisto 2004 ja kaupungit; Layard 2005; ks. myös Inglehart 1990; Mikkonen 2004). Tapa puhua alueesta ja alueella puolestaan muokkaa sosiaalista todellisuutta, sen kokemista, mieltämistä ja ymmärtämistä – myös hyvinvoinnin kokemista ja sen kokemisen mahdollisuuksia (vrt. esim. Maguire 2004, 114–115; ks. myös Erikson 1993). Keski-Pohjanmaalla on käyty välillä vilkastakin keskustelua alueen vetovoimaisuudesta, erottumisesta ja näkymisestä. Taustalla on ollut huoli alueen väestön vähenemisestä ja nyttemmin esimerkiksi alueen yritysten työvoiman saannin turvaamisesta. On pohdittu, miten kertoa alueesta, miten erottua muista, ja millä houkutella väkeä pysymään ja jopa muuttamaan maakuntaan. Oman tutkimukseni ja valitsemani lähestymistavan idea ja merkitys piilee väitetyssä hyvinvoinnin, houkuttelevuuden ja puheessa rakentuvan sosiaalisen todellisuuden ja sen mieltämisen tai tiedostamisen välisessä yhteydessä. Konkretisoidakseni lyhyesti kielen voimaa sosiaalisen todellisuuden rakentajana ja muokkaajana ja edelleen sen merkitystä toimintamahdollisuuksien tunnistamista ja valintoja ohjaavana sekä asenteisiin vaikuttavana tekijänä pyydän lukijaa miettimään, kumpi luvussa 2 rakennetusta Keski-Pohjanmaasta tuntuu houkuttelevammalta elin-, asuin- ja työskentely-ympäristöltä.

Keskipohjalaisilla yrityksillä on viime vuosina mennyt varsin hyvin. Mitä annettavaa keskipohjalaisilla yrityksillä konstruktionistisesta näkökulmasta voisi olla rakennettaessa hyvinvoivaa, houkuttelevaa maakuntaa? Millaisena

Keski-Pohjanmaa rakentuu hyvinvoinnin kokemisen mahdollisuuksien näkökulmasta keskipohjalaisten yritysten rakentamana, ja millaista identiteettiä ne toimintaympäristölleen kaiken kaikkiaan mahdollistavat?

Voidakseni perustellusti tehdä johtopäätöksiä keskipohjalaisyriyten diskursseissa rakentuvien identiteettien pohjalta yrityksistä alueellisen ja oman toimintaympäristönsä hyvinvoinnin rakentajina avaan tässä luvussa erilaisia näkökulmia hyvinvointiin erilaisten hyvinvointia koskevien teorioiden ja lähestymistapojen – resurssit, tarpeet, kyvyt ja onnellisuus – näkökulmasta.

5.1 Hyvinvointinäkökulmien moninaisuus

Lähes kaikilla lienee jonkinlainen intuitiivinen käsitys hyvinvoinnista (Marski 1996, 12). Hyvinvointi on menneinä vuosisatoina rinnastettu paljolti taloudelliseen vaurauteen ja sitä on tutkittu enimmäkseen taloustieteen piirissä. Vaurautta lisäämällä on tavoiteltu jonkinlaista yleistä hyvää, joka on mielletty niin rakenteiksi eli objektiivisiksi olosuhteiksi kuin subjektiivisiksi kokemuksiksikin. Yleinen hyvä on sittemmin laajentunut vauraudesta tyytyväisyydellä, onnellisuudella ja hyödyllisyydellä ryyditetyksi hyvinvoinnin käsitteeksi, jossa edelleen on erotettavissa niin objektiivinen kuin subjektiivinenkin ulottuvuus (vrt. Roos 1973, 31). Johanssonin (2001, 9, 12–13) mukaan pyydetessä missä päin ainakin läntisen kulttuurin dominoimaa maailmaa tahansa ketä hyvänsä määrittelemään hyvinvointia tai hyvää elämää ihmisten toiveet, odotukset ja tavoitteet näyttävät hyvin samankaltaisilta. Useimmiten esiin nousevia yleismaailmallisiksikin nimitettyjä hyvinvointitekijöitä ovat hoivan tarve, koulutus, työ, oman paikan löytäminen elämässä, terveyden ylläpito, turvallisuus ja yhteiskunnallinen identiteetti. Se, mitä hyvinvoinnilla käytännössä tarkoitetaan, mitä sen saavuttamiseksi ollaan valmiita tekemään ja kenen ajatellaan olevan siitä vastuussa (yksilö/yhteisö/yhteiskunta), vaihtelee kuitenkin alueittain ja kulttuureittain samoin kuin alueiden ja kulttuurien sisälläkin. Myös yhteiskunnan velvollisuudesta tukea tasavertaista hyvinvointia ja elinolosuhteita ollaan monia mieltä (ks. esim. Kajanoja 1996, 80–86).

Hyvinvointia on kuitenkin yritetty määritellä monin tavoin niin suomalaisessa, pohjoismaisessa kuin maailmanlaajuisessakin tutkimuksessa. Hyvinvointi voidaan nähdä yksilön tarpeina tai hänen hallussaan olevina hyvinvointia mahdollistavina resursseina tai kykyinä. 2000-luvun taitteessa onnellisuus ja sen edellytykset ovat tulleet vahvasti mukaan hyvinvoinnin määrittelemisestä ja sen mahdollisuuksista käytyyn keskusteluun. Tarpeet ja resurssit voivat olla fyysisiä tai psyykkisiä, aineellisia tai henkisiä, tai määrällisiä tai laadullisia. Hyvinvoinnin kriteerinä voivat olla myös yksilölliset mieltymykset ja preferenssit ja niiden toteutuminen. Hyvinvointia voidaan tarkastella objektiivisina, ulkoisina hyvinvointia turvaavina olosuhteina tai tekijöinä, yksilön tai yhteisön ominaisuutena, tai subjektiivisena, kokemuksellisenä asiana. Hyvinvoinnin kokemista puolestaan voidaan tutkia esimerkiksi elämänkokemusten valossa: elä-

mänkokemusten ajatellaan tällöin vaikuttavan siihen, mitä ihmiset yleensä katsovat mahdolliseksi toivoa tai millaisina he resurssinsa näkevät. (Mm. Allardt 1976, 1989, 1993; Erikson 1993; Johansson 1970, 2001; Sen 1993.) Hyvinvointia voidaan tutkia absoluuttisena arvona, mutta useimmiten sitä vertaillaan muiden yhteisön jäsenten tai muiden yhteisöjen tilanteeseen (vrt. Noponen 1970, 1, 63; ks. Nath 1969; ks. myös esim. Layard 2005; Frey & Stutzer 2002). Hyvinvointia voidaan määritellä myös sen puutteen kautta (Marski 1996, 17–18).

Riihisen (2002, 184) mukaan olennaista on hyvinvointia määriteltäessä erottaa halut tarpeista ja pystyä määrittelemään ne asiat, jotka ovat ihmiselle välttämättömiä, eli ne tekijät, jotka ovat ihmislajin säilymiselle ominaisia. Doyalin ja Goughin (1991) mukaan ihmisen toimiessa ja voidessa toimia oman perusolemuksensa mukaisesti sosiaalisena, yhteisöllisenä, symbolisesti kommunikoina, keskinäiseen ymmärtämiseen pyrkivänä olentona tasavertaisessa vuorovaikutuksessa muiden kanssa hän voi hyvin. He puhuvat olemassa olevista resursseista ja kyvystä käyttää niitä kriittisenä autonomiana: yksilö voi hyvin, hänen elämänsä on mielekästä ja ymmärrettävää ja hän voi tulla onnelliseksi, kun hänellä on mahdollisuus valita tekemisensä ja olemisensä ja siten hallita ja ohjailla omaa elämäänsä. Silti kaikella, mitä ihminen haluaa, ei ole hyvinvoinnin kannalta merkitystä. Saavuttaminen sinänsä voi olla toisinaan tärkeää, ei niinkään vapaus olla ja toimia tai kokemus siitä. Sekin voi luonnollisesti edistää yksilön hyvinvointia. (Roos 1973, 63.)

Hyvinvoinnin (onnellisuuden, hyvän elämän) ”sisältöjen” määrittely riippuu kulloisestakin arvioijasta maailmankäsityksineen, arvostuksineen (vrt. Roos 1973, 36–37, 43; ks. myös Allardt 1976, 28) ja yhteiskunnallisine asemineen (Noponen 1971, 1) sekä historiallisista olosuhteista (Allardt 1976, 17, 28; vrt. myös esim. Inglehart 1990, 161). Preferensseihin voi vaikuttaa se, miten suoranaisen hengissä säilymisen kannalta välttämättömät olosuhteet ja tarpeet on turvattu – teollisuusmaiden ja kolmannen maailman painotukset ovat erilaisia (vrt. mm. Allardt 1989, 4; 1993, 89). Painotukset eivät välttämättä kuitenkaan aina noudata esimerkiksi sinänsä järkeenkäypää Maslowin tarvehierarkiaa, jossa fysiologiset tarpeet (ravinto, lepo, hoiva) ja niiden tyydyttäminen ovat ensisijaisia muihin, kuten rakkauden ja itsensä toteuttamiseen liittyviin tarpeisiin nähden. Myös aineellisesti puutteellisissa olosuhteissa voidaan kokea onnea ja mielihyvää. Yhteisiä näkemyksiä hyvinvoinnin laadusta, synnystä ja edellytyksistä on ollut vaikea löytää edes samoista lähtökohdista (vrt. mm. Allardt 1976, 9–10; Noponen 1971, 1–2; Johansson 2001, 8; Roos 1973, 29) – intuitiivisesti yhtenäiseltä vaikuttava käsite on teorian kehyksiin sovitettaessa kaikkea muuta kuin yksiselitteinen.

Edellä kuvatun perusteella hyvinvointi ja sen kokeminen samoin kuin sen määrittely näyttäisi paljolti perustuvan arvoihin (vrt. Allardt 1976). Schwartz (1992) on määritellyt 11 universaalial arvoaluetta, jotka rakentuvat lähes 60 arvosta. Perelman (1996, 34) on kuitenkin huomauttanut arvojen olevan yleisesti hyväksytyjä vain niin kauan, kun tyydytään pelkkään arvojen nimeämiseen yrittämättä määritellä niiden sisältöjä tarkemmin. Sen vuoksi ei ole kovin ihmeellistä, että ongelmia syntyy oitis, kun yksilöllisiä arvoihin perustuvia koke-

muksia ja näkemyksiä hyvinvoinnista yritetään konkretisoida ja yleistää teorian muotoon. Toisistaan on myös eroteltava yksilön omat, autenttiset, persoonallisuuden kasvua ja itsensä toteuttamista edistävät arvot ja sosiaalisen ympäristön asettamat vaatimukset. Hyvinvointi ei ole vain normeihin sopeutumista ja niiden mukaan elämistä (vrt. Marski 1996, 16). Voidaan myös kysyä, kenen arvoista puhutaan hyvinvointia tutkittaessa – määritelläänkö hyvinvointi tutkijan vai tutkittavan arvojen perusteella (vrt. Allardt emt; vrt. myös Lincoln 1998a, 24)?

Suomessa ja muissa Pohjoismaissa hyvinvointi mielletään jokaiselle kuuluvaksi toimintamahdollisuuksia parantavaksi voimavaraksi. Ilmiötä ei siis tarkastella, kuten usein muualla EU:n alueella tai OECD:n kansainvälisissä selvitelyksissä (ks. Simpura 2004, 37), pelkästään hyvinvoinnin puutteesta kärsivien näkökulmasta (vrt. Allardt 1976, 15). Tavoitteena on ollut, ainakin tähän asti, koko väestön toimintaedellytysten turvaaminen pyrkimällä edistämään kollektiivisesti jokaisen yksilön kaikkinaista hyvinvointia esimerkiksi tulonsiirtoin ja julkisin varoin ylläpidetyillä terveydenhuolto- ja koulutusmahdollisuuksilla. Vahvistamalla yhtäläisesti kaikkien, myös niin sanotusti parempiosaisten, toimintaedellytyksiä uskotaan pystyttävän paremmin kohentamaan myös taloudellisesti tai muutoin heikossa asemassa olevien tilannetta (ks. Simpura 2004, 37). Hyvinvoinnista yhteiskunnasta pyritään toisin sanoen mahdollisuuksien mukaan eliminoimaan huonot olosuhteet (vrt. Johansson 1970, 29 & Allardt 1976, 14–15). Allardt (emt.) lisää hyvinvoinnin yhteiskunnan määritelmään vielä ajankohtaisissa poliittisissa ja muussa julkisessa keskustelussa esitetyt vaatimukset. Julkinen keskustelu taas viestii Allardtinkin mukaan arvoista, jotka puolestaan edustavat jotain sellaista, mikä on tavoittelemisen arvoista, mistä on puolta tai mitä ei ole olemassa.

Hyvinvointi ja sen saavuttaminen ei ole ainoa toimintaan motivoiva tekijä. Sen (1993, 35–36) huomauttaakin, että ihminen voi tavoitella myös muuta kuin hyvinvointia tai olla tavoittelematta mitään; kaikesta ei välttämättä etsitä tietoisesti tai ensisijaisesti ”hyötyä”, kuten erilaisia hyvinvointia mahdollistavia tai sitä lisääviä tekijöitä. Valinnan mahdollisuus on hyvinvoinnin edellytys, mutta kaikki valitut toiminnot eivät lisää eikä niillä tavoitellakaan hyvinvoinnin lisääntymistä. Ihminen voi myös tietoisesti valita sellaisia vaihtoehtoja, jotka heikentävät hänen kokemaansa hyvinvointia tai sen mahdollisuutta. Toiminta ja siihen liittyvät valinnat voivat itsessään olla yksilölle arvokkaita (vrt. pk-yrittäjien sisäinen motivaatio). Aineellisen hyvinvoinnin näkökulmasta tällaisesta toiminnasta ensimmäisenä esimerkkinä mieleen tulee hyväntekeväisyys, joskaan sen ”hyödyttömyydestä” muulle kuin materiaaliselle hyvinvoinnille ei voi mielestäni varmasti sanoa mitään.

Kaikkiaan voi sanoa, että hyvinvointi on laaja, moniulotteinen ja monitasoinen käsite. Hyvinvointia voidaan määritellä ja arvioida objektiivisena eli olosuhteisiin liittyvänä tai subjektiivisena eli kokemuksellisenä, yksilön näkökulmasta tarkasteltavana asiana. Siitä voidaan puhua muun muassa tarpeiden, resurssien ja kykyjen näkökulmasta. Hyvinvoinnista puhutaan myös eri alueiden ja ympäristöjen toimintamahdollisuuksina, toiminnan resursseina, tarpeiden tyydyttämisen mahdollistavana ”tilana”, kykyinä käyttää ja valita erilaisia

toimintoja tai mahdollisuutena elää omien arvojen mukaisesti – tai kaikkena edellä kuvattuna yhtäaikaisesti. Hyvinvoinnin moniulotteisuuden ja arvo- ja kulttuurisidonnaisuuden vuoksi välillä on epäilty niin koko määrittelyn (ks. Allardt 1976, 17) kuin hyvinvointiteorioidenkin laatimisen mielekkyyttä (Roos 1973, 29–47).

Jotta määrittely olisi jollakin tavoin mielekästä, Allardt (1976, 17) mielestä hyvinvointi on syytä määritellä joka tilanteessa erikseen. Esimerkiksi jokaisessa hyvinvointia koskevassa tutkimuksessa on yksilöitävä, mitä tarkalleen ottaen mitataan ja tutkitaan. Seuraavan tekstin tavoite on kuitenkin tyhjentävän määrittelyn sijaan valottaa erilaisten näkökulmien mahdollisuutta ja merkitystä hyvinvoinnin mieltämiselle. Luvun loppupuolella sanon vielä muutaman sanan alueellisesta hyvinvoinnista ja hyvinvoinnin määrittelemisestä omassa tutkimuksessani.

5.1.1 Objektiivinen ja subjektiivinen hyvinvointi

Hyvinvointia voidaan tarkastella objektiivisena tai subjektiivisena eli annettuja olosuhteita tai kokemuksia kuvaavana ilmiönä (mm. Allardt 1989, 8; 1993, 91–93; Marski 1996, 17). Objektiivinen ja subjektiivinen hyvinvointi voidaan nähdä keskenään jännitteisinä (mm. Marski 1996, 17) tai toisistaan riippuvaisina ilmiöinä (mm. Noponen 1971, 30; vrt. Allardt 1976) tai objektiivisten olosuhteiden ja subjektiivisten kokemusten vuorovaikutuksellisenä ja toinen toistaan muokkaavana vastavuoroisena prosessina (ks. Roos 1973, 36–37). Objektiivinen hyvinvointi voidaan mieltää myös subjektiivisen hyvinvoinnin osatekijäksi (ks. mm. Noponen 1971, 63).

Objektiivisesta näkökulmasta hyvinvointi voidaan käsittää inhimillisiin tarpeisiin ja niiden tyydyttämiseen vastaavan aineellisen ja aineettoman tarjonnan määräksi ja saatavuudeksi sekä tarjonnan laaduksi ja toimintaa mahdollistavaksi resurssiksi. Subjektiivista hyvinvointia mittaavat indikaattorit viittaavat Allardt (1989, 8) mukaan itse asiassa haluihin, objektiiviset puolestaan toisinaan tarpeisiin, toisinaan haluihin. Objektiivista hyvinvointia rakentavia indikaattoreita ovat toimeentuloon, työhön, asumiseen, terveyteen ja sosiaalisiin suhteisiin liittyvät mitattavat ilmiöt. Hyvinvointia voidaan näillä ulottuvuuksilla mitata esimerkiksi tulotasoa ja terveyttä kuvaavin keskiarvoluvuin tai niiden jakautumista kuvaavin mittarein; olennaista hyvinvoinnin tason määrittämisessä on erilaisia ulottuvuuksia koskevien lukujen vertailu eri yksilöiden ja ryhmien välillä. Muita hyvinvointia kuvaavia indikaattoreita ovat väestön koulutustaso, tutkittavan alueen kulttuurinen ja taloudellinen monimuotoisuus (esim. osallistumisen ja vaikuttamisen mahdollisuus) ja palvelutarjonta (kaupat, liikenne) (vrt. esim. Allardt 1993, 89–93; Erikson 1993, 68; ks. Simpura 2004, 37). Objektiivisten hyvinvointi-indikaattorien käyttöä ja merkitystä puolletaan sillä, että niihin ajatellaan olevan mahdollista pyrkiä vaikuttamaan yhteiskuntapolitiisin toimin (ks. Marski 1996, 16–17).

Subjektiivista hyvinvointia tutkittaessa mitataan lähinnä ihmisten asenteita ja haluja (ks. Allardt 1989, 8). Subjektiivisella hyvinvoinnilla tarkoitetaan ihmisen itsensä tuntemaa tyydytystä – sitä, kokeeko ihminen voivansa hyvin

(Noponen 1971, 12–14, 44; vrt. Allardt esim. 1989, 9). Subjektiiivisin mittarein voidaankin mitata hyvinvoinnin laadullisia tekijöitä: hyvinvointi ei ole pelkkiä rakenteita (vrt. Frey & Stutzer 2002). Kysymys on mieltymyksistä ja niiden täyttämistä ja mieltymysten preferenssijärjestyksestä (vrt. Johansson 1970, 26; vrt. myös Doyal & Gough 1991, 10), kuten tyytyväisyydestä elinympäristöön ja sen olosuhteisiin ja toimivuuteen sekä (palvelu)tarjontaan ja palveluiden saatavuuteen ja omaan tulotasoon. Allardt (1976, 185) viittaa Huizingaan (1970) todettuaan, ettei pelkkä tyytymättömyyden puuttuminen vielä tarkoita tyytyväisyyttä johonkin. Keskeistä on ihmisten kokema vapaus, mahdollisuus elää rikasta ja sisällyksestä elämää sekä ympäristön viihtyvyys ja esteettisyys, ei pelkästään turvallisuus tai jonkin pahan puuttuminen. Olennaista on myös, kokevatko ihmiset voivansa vaikuttaa elämäänsä ja ympäristöönsä (vrt. Allardt 1976, 159–205; Inglehart 1990; ks. myös Karisto 2004; Frey & Stutzer 2002).

Kokemuksen mittaaminen ja mitattavuus ei kuitenkaan ole yksiselitteinen asia. Omaa subjektiivista hyvinvointiaan arvioidessaan kukin yksilö arvioi omaa tilaansa vertailemalla kokemuksiaan siihen, mitä tietää muiden olosuhteista ja yhteiskunnan tarjoamista mahdollisuuksista ja rakenteista. Vertailujen tekemiseksi tieto ja tiedon saanti muiden tilanteesta on siten välttämätöntä. Tiedon vastaanottamiseen, tulkitsemiseen ja käsittelyyn ja sen pohjalta tehtyyn oman tilan arviointiin vaikuttavat tulkitsijan omat ennakkoasenteet ja arvot. Tämä väritynyt tieto puolestaan muokkaa asenteita ja arvoja. (Noponen 1971, 60–63; vrt. myös esim. Layard 2005, 7; Frey & Stutzer 2002, 78). Myös tarjotun, saadun ja omaksutun tiedon määrä ja taso vaihtelee, ja siksikin samat olosuhteet voidaan kokea eri tavalla (vrt. myös elämänkokemukset) (ks. esim. Roos 1973, 36). Allardt (ks. esim. 1976, 26, 32) toteaaakin ihmisten helposti ”erehtyvän” sekä tarpeistaan että joskus myös niiden tyydytyksen asteesta, vaikka kukin yksilö itse onkin oman onnellisuutensa paras arvioija. Ihmiset myös ilmaisevat kokemuksiaan ja tyytyväisyyttään eri lailla. Mittaaminen on työlästä ja tulokset epävarmoja myös siksi, että ihmisten kyky tuoda julki näkemyksiään omasta tilanteestaan, esimerkiksi kyky artikuloida omaa tyytymättömyyttään, vaihtelee paljon. Huono-osaiset, kurjissa olosuhteissa elävät kansalaiset eivät useinkaan tällä tavoin mitaten saa omia näkemyksiään kuuluviin (vrt. Allardt 1976, 20).

Subjektiiiviset indikaattorit tuottavatkin helposti konservatiivisia, olemassa olevaa suosimaan pyrkiviä tuloksia. ”Hyväosaiset” kokevat tilanteensa hyväksi eivätkä pidä tarpeellisena muuttaa olosuhteita ainakaan oman hyvinvointinsa näkökulmasta ja pyrkivät siksi vakiinnuttamaan vallitsevan tilanteen. Hyväosaisista voidaan tästä näkökulmasta puhua vallassa olevina ryhminä, jotka julkista keskustelua ohjailemalla vaikuttavat saatavissa olevan informaation sisältöön ja levittämiseen. Synnyttämällä ja ylläpitämällä vallitsevaa puheen tapaa, valtakursseja, ne voivat säädellä sen tulkintaa ja tulkinnanmahdollisuuksia ja vaikuttaa myös itse tarpeiden kokemiseen eli haluihin ja resurssien tunnistamiseen (vrt. esim. Grant & Hardy 2004, 5–17; vrt. myös Maguire 2004, 114–115). Näin voidaan ohjata ainakin vertailuun perustuvaa hyvinvoinnin (tai sen mahdollisuuden) kokemista. Toisaalta Allardt (1989, 10) mielestä subjek-

tiivisen kokemuksen täydellinen syrjäyttäminen hyvinvointia arvioitaessa ja objektiivisten indikaattorien yksipuolinen suosiminen saattaa johtaa asiantuntijavaltaan, asiantuntijoiden dogmatismiin, kun joku ulkopuolinen taho määrittää jo mittarien laadinnassa hyvinvoinnin kriteerit. Hyväosaiset – valtaapitävät – voivat keskustelua dominoimalla vaikuttaa mitattaviin asioihin ja muokata yleistä mielipidettä itselleen tarkoituksenmukaisten objektiivisten mittareiden tunnustamiseksi ja hyväksymiseksi (ks. esim. Grant & Hardy sekä Maguire emt.).

Hyvinvointia analysoitaessa olisikin hyvä tarkastella sekä objektiivista että subjektiivista näkemystä tilanteesta yksipuolisen tai hyväosaisten näkemysten korostumisen välttämiseksi. Tarpeiden, halujen ja hyvinvoinnin suhde on monipolvinen. Roosia (1973, 36) mukailleen sosiaalinen hyvinvointi on jonkinlaisen subjektiivisten kokemusten ja objektiivisten olosuhteiden vuoropuhelun tulos, eikä sitä mekaanisesti voida luokitella jommaksikummaksi. Ihminen voi haluta tai toivoa jotakin, vaikka todellinen tarve absoluuttisesti ajatellen on vähintäänkin kyseenalainen (kotimaiset talvimansikat, ympärivuotinen avantouinti; ks. Outi Airola Keskipohjanmaa-lehdessä 2.2.2007). Tarpeiden intensiteetti saattaa vaihdella, ja ympäristö ja sen tarjoamat palkinnot ohjaavat tarpeita ja niiden voimakkuutta. Noponen (1971, 41–42) puhuu yksilön saaman informaation ja kokemusten myötä erilaistuvista subjektiivisista tarpeista ehdollistuneina tarpeina. Halun täyttymättömyys voi johtaa mielipahaan ja yksilö voi ainakin subjektiivisesti kokea voivansa huonosti, jos toive jää täyttymättä. Roosin (1973, 36–37) mukaan hyvinvointia analysoitaessa olisi siksi kiinnitettävä huomiota sekä olosuhteiden syntyyn ja luomiseen että hyvinvoinnin subjektiiviseen kokemukseen. Allardt (1976, 40–41, 183) puolestaan pitää hyvinvoinnin empiirisen tutkimisen lähtökohtana todellisia objektiivisiä olosuhteita, koska pysyviinkin sosiaalisiin arvoihin pohjaavat subjektiiviset asenteet ja näkemykset voivat muuttua hyvin nopeasti, ja ajan mukaan vaihtelevat subjektiiviset tunteet ja kokemukset kertovat enemmän onnesta ja onnellisuudesta kuin hyvinvoinnista. Roosin tavoin Allardtkin (1998, 40–41) on kuitenkin sitä mieltä, että kumpakaan osa-aluetta ei ole syytä sulkea tutkimuksen ulkopuolelle. Allardtin (emt.) sanoin ”ihminen ei vain kärsi huonoista asunto-olosuhteista ja köyhyydestä vaan myös rakkauden puutteesta ja tunnustusta vaille jäämisestä”.

5.1.2 Hyvinvointi ja resurssit

Pohjoismainen ja erityisesti ruotsalainen hyvinvointitutkimus painottaa resurssinäkökulmaa (Marski 1996, 14; Erikson 1993, 72–73). Resursseilla voidaan tarkoittaa esimerkiksi sosiaalitaloudellisen ympäristön yksilölle tai yhteisölle tarjoamia toiminnan ja valinnan vaihtoehtoja (Ringén 1995, 3, 7). Muita hyvinvointia sääteleviä resursseja ovat Johanssonin (2001, 8–9) mukaan taloudelliset resurssit, työllistyminen ja työolosuhteet, koulutus ja sen saavutettavuus, terveys ja terveydenhuoltopalvelujen saatavuus, perhe- ja muut sosiaaliset suhteet, asumisolot, kulttuuri ja vapaa-aika, turvallisuus sekä poliittiset resurssit eli vaikuttamisen ja osallistumisen mahdollisuudet. Erikssonin (1993, 74) mukaan hyvinvointi eli elintaso (level of living) kokonaisuudessaan rakentuu yksilöllisistä

resursseista, toiminta-areenoista eli ympäristöistä, joissa resursseja käytetään, ja elinolosuhteista. Ringen (1995) puhuu resurssien ja ympäristön yhdessä rakentamisesta yksilön toimintamahdollisuuksista. Allardt (1976, 56–57) jakaa Foaan (1971) mukailleen resurssit kahdelle ulottuvuudelle, joista toinen kattaa konkreettisia symbolisiin ja toinen henkilökohtaisista universaaleihin ulottuvat resurssit. Esimerkiksi henkilön asema tai status on henkilökohtainen, symbolinen resurssi, raha on sekä symbolinen että konkreettinen, universaali resurssi, ja erilaiset palvelukset ovat konkreettisia ja henkilökohtaisia resursseja. Resurssinäkökulmasta hyvinvointi mielletään ilmiöksi, johon voidaan vaikuttaa yhteiskunnallisilla, sosiaalipoliittisilla toimin; hyvinvoinnin kannalta olennaisia resursseja ja valinnan mahdollisuuksia voidaan luoda ja muokata ohjailemalla verovarojen käyttöä poliittisilla päätöksillä.

Vaikka universaaleja resursseja Allardtin ja Foan tapaan voitaisiin määrittääkin, hyvinvoinnin astetta ei voida arvioida vain laskemalla yksilön hallussa olevia resursseja yhteen ja vertailemalla niitä sitten muiden yksilöiden hallussa oleviin resursseihin (Erikson 1993, 76; Frey & Stutzer 2002, 15–16). Resurssit ovat toisistaan riippuvaisia: esimerkiksi yksilön sosiaalinen asema vaikuttaa muiden resurssien valinnanmahdollisuuteen ja hyödyntämiseen (vrt. esim. Riihinen 2002, 180, 189). Resurssit ovat myös muunneltavissa ja merkitsevät eri asioita eri konteksteissa. Allardt (1976, 54) puhuu resurssien vaihto- ja syynäkökannasta hyvinvoinnin laatua ja määrää määrittävänä ja hyvinvoinnin kokemiseen vaikuttavana tekijänä. Vaihtonäkökannalla hän tarkoittaa sitä, että jotkin resurssit ovat suoraan vaihdettavissa toisiin – ostosten tekemiseen tarvitaan rahaa (tai luottoa). Syynäkökannalla hän puolestaan tarkoittaa sitä, että jotkut resurssit ovat keskenään kausaalisuhteessa, ja ilman toista yksilö ei voi saavuttaa toistakaan – esimerkiksi lääkärin virka edellyttää lääkärin koulutusta – tai saavuttaminen on työläämpää – paljon puhutaan muun muassa sosioekonomisen aseman periytyvyydestä. (Vrt. myös Riihinen 2002.) On myös olemassa sellaisia resursseja, joiden puuttumista ei lainkaan voi korvata toisilla resursseilla. Allardt (1976, 61) mainitsee esimerkkinä rakkauden, jota materiaaliset, konkreettiset resurssit eivät voi korvata – toisaalta ravinnon puuttuttakaan ei voi ainakaan loputtomiin korvata rakkaudella. Erilaisilla resursseilla voidaan sanoa olevan erilainen potentiaali erilaisissa tilanteissa rakentaa ja mahdollistaa tila, jossa ihmisen on mahdollista saada tarpeensa tyydytyksi.

Eri yksilöt käyttävät samoja resursseja eri tavoin hyödykseen ja arvostavat niitä eri tavalla. Samoinakaan käytettynä yhtäläiset resurssit eivät välttämättä tuota samanlaista tyydytystä eri yksilöille. Korkea elämänlaatu ei toisaalta edellytä jokaisen yksilön kaikkien mielihalujen täyttämistä. Hyvinvoinnin kokemusta säätelevät sekä mieltymykset – miten ja missä järjestyksessä olemassa olevia resursseja halutaan käyttää – että se, mihin ihminen on valmis tyytymään. Tyytyväisyys voi kertoa myös siitä, miten hyvin ihmiset ovat sopeutuneet vallitseviin olosuhteisiin. (vrt. Erikson 1993, 74–78; ks. myös Marski 1996, 14–16.) Saattaa olla myös niin, että koettu tyytyväisyys vaikuttaa kykyyn ja haluun käyttää potentiaalisia resursseja ja jopa lisää niitä (vrt. Erikson 1993, 78; ks. mm. Maguire 2004; Phillips & Hardy 2002). Tästä syystä samoin kuin edellä ob-

jektiiivisen hyvinvoinnin määrittelyn yhteydessä puheena olleen asiantuntijavallan välttämiseksi ei ole aivan yhdentekevää, miten tyytyväisiksi ihmiset itsensä kokevat.

Joskus olemassa olevat resurssit voivat jopa heikentää hyvinvointia. Ulkoiset paineet voivat olla kovia, jos ihminen näyttää jättävän mahdollisuutensa käyttämättä ja tyytyy vähempään kuin mihin hänen yleisesti arvostetut resurssinsa näyttäisivät riittävän. Vaatii vahvaa luonnetta elää vallitsevista näkemyksistä poikkeavien arvojen ja ”hyvinvointistandardien” mukaisesti. Resurssinäkökulmassa korostetaan tässä mielessä Marskin (1996, 15) mielestä liiallisesti resurssien hankkimista ja realisoimista ja jätetään huomiotta elämänlaadulliset ulottuvuudet, kuten mahdollisuus itsensä toteuttamiseen ja kasvuun resurssina. Mitä enemmän ihmisellä on resursseja tarpeidensa tyydyttämiseen, sitä enemmän tyytyväisyydessä on kysymys mieltymyksistä tai henkilökohtaisesta mausta (vrt. Johansson 1970, 27) – siitä, mitä resursseja ihminen itse haluaa käyttää.

5.1.3 Hyvinvointi ja tarpeet

Allardtin (1976, 21–23) mukaan hyvinvointi voidaan määritellä tilaksi, jossa ihmisillä on mahdollisuus saada tarpeensa tyydyttyiksi. Objektiiivisen hyvinvointinäkemys mukaan niin kutsuttujen perustarpeiden tyydyttyminen on ensisijaista. Perustarpeiden määrittely ei kuitenkaan ole yksinkertaista. Joidenkin tarpeiden tyydyttyminen, kuten ravinnon ja levon saanti, on hengissä säilymisen ehto (vrt. Maslowin tarvehierarkia) ja sikäli niitä voidaan pitää universaaleina. Näiden universaalien perustarpeiden tyydyttyminen on elinehto, minimi, joiden tullessa tyydyttyiksi muu yksilöllinen tarpeentyydytys – eli hyvinvointi – tulee mahdolliseksi (vrt. Allardt 1976, 28, 39–42; ks. myös Marski 1996, 12, 19–20). Muun muassa Doyal ja Gough (1991, 170) määrittävät yleismaailmalliseksi perustarpeiksi fyysisen terveyden ja toiminnan autonomian, jotka edellyttävät ravinnon ja levon lisäksi muun muassa fyysistä turvallisuutta, riittävää asumistasoa, turvallista työ- ja fyysistä ympäristöä ja kunnollista terveydenhuoltoa. Allardtin (1976, 27) mukaan Etzion (1968) sisällyttää listaan vielä lisäksi hellyyden tarpeen, tarpeen tulla hyväksytyksi ja jatkuvuuden tarpeen. Perustarpeiden määrittämisen ongelmallisuus konkretisoituu kuitenkin oitis: mikä on ”riittävä” ja ”turvallinen” taso? Tarpeet muuttuvat historian myötä yhteiskunnallisten olosuhteiden muuttuessa ja painottuvat eri tavoin erilaisissa elämänoloissa. Siksi kaikille yhteistä preferenssijärjestystä on mahdoton laatia – hyvinvointi ja sen määrittely muuttuu olosuhteiden ja tarpeiden tyydytyksen myötä (vrt. Allardt 1976, 28).

Allardtin (1976, 32–33) mukaan pohjoismaisessa hyvinvointitutkimuksessa puhutaan yhtäältä hyvinvoinnista ja onnellisuudesta ja toisaalta elintasosta ja elämänlaadusta. Hyvinvoinnilla tarkoitetaan lähinnä objektiiivisten perustarpeiden tyydyttymisen astetta, joiden tyydyttymättä jääminen merkitsee huonoja olosuhteita. Onnellisuus tai onni viittaa subjektiivisiin elämyksiin ja tunteisiin eli siihen, miten onnelliseksi ihmiset itsensä kokevat (vrt. mm. Frey & Stutzer 2002; Layard 2005). Elintaso tarkoittaa aineellista tarpeentyydytystä, johon kuu-

luvut esimerkiksi tulot, asunto ja työllisyys ja elämänlaatu puolestaan sosiaalisten ja itsensä toteuttamisen tarpeiden tyydytyksen astetta. (Taulukko 2.)

TAULUKKO 2 Yleiset hyvinvoinnin ulottuvuudet (Allardt 1976, 33)

	Hyvinvointi	Onnellisuus
Elintaso	aineellisiin ja persoonattomiin resursseihin perustuva tarpeentyydytys	subjektiiviset tunteet ja kokemukset yksilön materiaalisista ja ulkoisista elinehdoista
Elämänlaatu	ihmisten välisiin, ihmisen ja yhteiskunnan sekä ihmisen ja luonnon suhteisiin perustuva tarpeentyydytys	subjektiiviset tunteet ja kokemukset suhteesta ihmisiin, luontoon ja yhteiskuntaan

Elintason (having) objektiivisia indikaattoreita ovat muun muassa taloudelliset resurssit kuten tulot ja varallisuus, asumisolosuhteet, terveys ja koulutustaso (Allardt 1976, 50; 1993, 89; 1998, 40). Allardt on myöhemmin (ks. esim. 1993, 89–90) lisännyt alkuperäiseen indikaattorilistaansa vuodelta 1976 työn ja työllisyyden ja työskentelyolosuhteet sekä fyysisen elinympäristön (kuten ympäristön puhtaus/saastuneisuus). Useat elintason liittyvistä osatekijöistä ovat välttämättömiä sekä ihmisen olemassaololle että muiden tarpeiden toteuttamiselle ja toteutumiseksi – minimitaso alle ei voida mennä. Riittäviä ehtoja ne kuitenkin eivät ole; pelkkä hengissä pysyminen ei vielä ole luettavissa hyvinvoinniksi (vrt. Allardt 1976, 28). Subjektiivisen elintason mittarina on näitä tekijöitä koskeva tyytyväisyys (ks. Allardt 1998, 40). Allardt (1976, 41; 1993, 89) huomauttaa kuitenkin, että indikaattorit pätevät vain skandinaavisten yhteiskuntien kaltaisissa materiaalisissa olosuhteissa – kolmannessa maailmassa objektiivisten indikaattorien lista näyttää toiselta.

Yhteisyyssuhteet (loving) viittaa sekä sosiaalisen liittymisen tarpeeseen että tarpeeseen muodostaa (rakentaa?) sosiaalinen identiteetti. Yhteisyyssuhteiden objektiivisia mittareita ovat esimerkiksi ystävien lukumäärä, perhe- ja sukulaisuussuhteet ja niiden kiinteys, kontaktit työtovereihin, aktiivinen kanssakäyminen ja vuorovaikutus ystävien kanssa, kontaktit muihin oman yhteisön jäseniin ja näiden kontaktien läheisyys ja vahvuus. Yhteisyyssuhteiden subjektiivisia mittareita ovat suhteiden tuottamat onnellisuuden elämykset. Yhteisyyssuhteet saattavat auttaa yksilöä toteuttamaan muita arvojaan ja tarpeitaan, mutta ne ovat arvokkaita myös itsessään hyvinvoinnin näkökulmasta (ks. Al-

lardt 1976, 42–46). Toisaalta ”liiallinen” yhteisyyden toteutuminen saattaa jopa sulkea joitakin toisia yhteisyyden mahdollisuuksia pois ja supistaa onnellisuuden mahdollisuutta – esimerkkinä jonkin fundamentalistissävyyisen ideologian kannattajakuntaan kuuluminen. Yhteisyyssuhteet syntyvät spontaanisti kielellisessä vuorovaikutuksessa – yhteiskuntapoliittisella suunnittelulla niihin on vaikeampi vaikuttaa ilman autoritaarisen ohjauksen tuntua. (vrt. Allardt 1976, 42–46; 1993, 91; 1998; 40). Yhteisyyssuhteiden synty edellyttää siten jonkinlaista yhteistä kieltä ja todellisuuskäsitystä.

Itsensä toteuttaminen tai ihmisenä oleminen (being) liittyy tarpeeseen olla osa yhteiskuntaa sen täysivaltaisena jäsenenä ja elää sopuoinnassa luonnon kanssa (Allardt 1993, 91; vrt. myös Allardt 1976, 46–49). Allardt on puhunut tästä hyvinvoinnin ulottuvuudesta vieraantumisen vastakohtana (ks. 1976, 46–47). Ulottuvuuden objektiivisia mittareita ovat muun muassa poliittinen aktiivisuus, korvaamattomuus työssä, vapaa-ajanviettomahdollisuudet ja aktiivinen harrastaminen, luonnosta nauttiminen ja siitä virkistyminen sekä mahdollisuus mielekkääseen työhön, poliittiseen toimintaan ja omaan elämään ja elinympäristöön ja -olosuhteisiin vaikuttamiseen. Subjektiivinen indikaattori tälle ulottuvuudelle on omakohtainen kokemus itsensä toteuttamisesta tai vieraantumisesta (mm. Allardt 1998, 41). Taulukkoon 3 olen koonnut Allardt'n eri ulottuvuuksia rakentavia hyvinvoinnin osatekijöitä. Kaikille osatekijöille Allardt on määritellyt niin objektiivisia kuin subjektiivisiakin mittareita.

Samoilla hyvinvoinnin osatekijöillä voi eri tilanteissa olla eri funktio eli ne voivat kuulua eri hyvinvointiluokkiin: tulot ovat yksi elintason (having) osatekijä, mutta ne voivat olla myös itsensä toteuttamisen (being) resurssi (Allardt 1976, 50–76, 332). Yhteisyyssuhteet voivat olla päämäärä sinänsä (puoliso kumppanina – loving) ja samalla väline jonkin muun tärkeäksi koetun hyvinvointia rakentavan tekijän saavuttamiseksi (puoliso yhteiskunnallisen aseman kohottajana – having/being). Edellä resurssinäkökulman yhteydessä puhuttiin resurssien syy- ja vaihtonäkökannasta: eri resurssien potentiaali tuottaa hyvinvointia mahdollistavaa tilaa vaihtelee sekä tilanteittain (vaihtonäkökanta) että pidemmän ajan kuluessa (syynäkökanta). Tarpeiden tyydyttämisen näkökulmasta samoilla resursseilla voi olla erilainen merkitys eri tilanteissa ja niillä voidaan tyydyttää hyvin erityyppisiä tarpeita. Esimerkiksi työ voi olla toimeentulon (having) lähde tai jo itsessään tuoda elämään sisältöä ja mielekästä tekemistä (being). Työstä saadut tulot voivat myös tarjota mahdollisuuden kunkin mielekkääksi kokemaan vapaa-ajan viettoon (being). Työ mahdollistaa usein myös monipuolisia sosiaalisia kontakteja (loving).

TAULUKKO 3 Having, loving ja being hyvinvoinnin indikaattoreina (mukailtu Allardt 1976, 50; 1993, 40)

	OBJEKTIIVINEN	SUBJEKTIIVINEN
HAVING	tulotaso asuntotila terveys työllisyys fyysinen ympäristö	ko. tekijöitä koskeva tyytyväisyys/ tyytymättömyys
LOVING	ystävien lukumäärä kontaktit paikallis- yhteisössä yhteydet järjestöissä jne. perhe- ja sukulaisuus- suhteet vuorovaikutuksen "tiheys"	onnellisuuden/ onnettomuuden elämykset
BEING	poliittinen aktiivisuus korvaamattomuus työssä aktiiviset harrastukset mielekäs työ mielekäs vapaa-aika	kokemukset vieraantumisen / itsensä toteuttamisesta

Kysymys on aiemmin puheena olleesta resurssien muunnettavuudesta. Muunnettavuus voi olla kiinni myös koetusta tyytyväisyydestä ja hyvinvoinnista (vrt. Erikson 1993, 77) ja siten subjektiivinen kokemus – tyytyväisyys lisää tunnetta resurssien hyödynnettävyydestä ja käyttökelpoisuudesta. Väline- ja itseisarvot voivat olla ristiriidassa keskenään kuten silloin, kun itsenäisyyden tarve joudutaan tukahduttamaan kokonaisedun vuoksi. Esimerkiksi suuret, monenlaista työpanosta vaativat tehtävä- tai työkokonaisuudet voidaan osittaa tuotannon tehostamiseksi (vrt. liukuhihna). Tehokas tuotanto turvaa osaltaan työn jatkuvuutta ja toimeentulon mahdollisuuksia (having). Samalla kuitenkin riippuvuus muista, tässä tapauksessa valmistusketjun jäsenistä, kasvaa ja työn sisältö köyhtyy, mikä verottaa itsensä toteuttamisen mahdollisuutta, vaikka se samalla voi tietyllä tapaa lisätäkin osallisuuden kokemista (being) ja yhteisyyssuhteiden kiinteyttä (loving) (vrt. Allardt 1976, 335).

Tarpeisiin perustuva hyvinvoinnin tarkastelu voidaan kytkeä vielä tiiviimmin yhteiskunnallisiin olosuhteisiin kuin edellä on tehty (vrt. esim. Marski 1996, 13, 18–19). Seuraava karkeahko Doyalin ja Goughin (1991) kokoama erilaisiin yhteiskunnallisiin näkemyksiin perustuva jaottelu konkretisoi mielestäni kuvaavasti sekä hyvinvointinäkökulmien moninaisuutta että niiden sidonnaisuutta kulttuurisiin normeihin ja määrittelijän viitekehukseen – jo pelkästään

hyvinvoinnin tarvenäkökulman sisällä tarkasteltuna (vrt. Diener & Suh 1992, 445, 448).

Taloustieteellisen näkemyksen mukaan tarpeet ovat viime kädessä subjektiivisia, ja niiden tärkeyden ja kokemisen ratkaisee yksilöllinen maku ja preferenssit. Tarpeita preferoidaan, koska niukoissa olosuhteissa kaikkea ei voi saada (vrt. Frey & Stutzer 2002, preface). *Uusoikeistolaisuus* korostaa tarpeiden ja niiden tyydyttymisen määräytymistä niin sanottujen toimivien markkinoiden kautta. Tarpeet perustuvat ihmisten toivomuksiin ja tyydytyksen saavuttamisen turvaaminen markkinoiden avulla turvaa yksilön vapauden. *Konservatiivisessa* näkemyksessä hallitsevalla luokalla tai instituutiolla on oikeus määrätä korrektit, luvalliset tarpeet. Määrittelijä korostaa tällöin omien intressiensä mukaisten tarpeiden universaalisuutta. *Marxilaiset* taas katsovat tarpeiden määräytyvän historiallisesti ja materiaalisesti. Tarpeet ovat objektiivisia ja perustuvat ihanteisiin tai ihanteellisten olosuhteiden tavoitteluun. *Demokraattisen* näkemyksen mukaan ryhmäspesifit intressit voidaan sovittaa yhteen demokraattisen vallankäytön avulla. Ongelmana on, että sovittelu kyllä johtaa enemmistön näkemysten toteutumiseen, mutta vähemmistön tarpeet jäävät kuitenkin täytymättä. Mikäli taas pyritään kaikkia tyydyttävään kompromissiin, välttämättä kenenkään tarpeet eivät tule tyydytetyksi kunnolla. Valtasuhteiden muuttuessa myös tavoitteenasettelu muuttuu ja päätöksenteosta tulee poukkoilevaa, jolloin sen teho kärsii. *Fenomenologisen* käsityksen mukaan tarpeet ovat suhteellisia, sosiaalisen konstruktion tuotteita, joilla ei ole objektiivista pohjaa. Todellisuus voi pysyä samana, mutta sen tulkinta vaihtelee. Pystyäkseen toimimaan yhdessä yksilöiden on kuitenkin jossakin määrin jaettava yhteinen todellisuus. *Eksistentiaalismissa* ainoa tarve tai ihmisen keskeisin määrite on olemassa oleminen, ja tarpeet määrittyvät valintojen mukaan. Tarpeet ovat siis suhteellisia ja riippuvaisia ihmisen elämäntilanteesta.

Allardtin (1976, 28–31) mukaan hyvinvointia määriteltäessä otetaan kantaa myös siihen, mitä pidetään tavoittelemisen arvoisen ja hyvänä eli ilmaistaan arvoja ja arvostuksia. Hän (vrt. esim. 1976, 17) toteaaakin, että itse asiassa koko yleismaailmallinen tarpeenmääritys ja sen merkitys voidaan kyseenalaistaa, koska kriteerit ja kokemukset ovat lopultakin subjektiivisia. Kuten muistetaan, Perelmanin (1996) mukaan arvot ovat yleisesti hyväksytyjä vain niin kauan, kun tyydytään pelkkään arvojen nimeämiseen niiden sisältöjä tarkemmin määrittelemättä. Arvot kilpailevat keskenään, eikä optimaalisen tasapainon löytäminen ole yksinkertaista (Allardt 1976, 45). Allardtin (emt.) mukaan yhteiskunta voi vastata jäsentensä tarpeisiin ja synnyttää hyvinvointia ilman nimettyjä kriteereitä. Tämä yhteiskunnan ominaisuus, kyky luoda hyvinvointia, on hänen mielestään sinänsä tutkimisen arvoista. Yleismaailmallisen hyvinvointiymmärryksen sijaan on tärkeää määritellä, mitä hyvinvoinnilla kulloisessakin tutkimustilanteessa tarkoitetaan. Allardtin (mm. 1993, 1998) mielestä olennaista on lopultakin tarkastella hyvinvointia kokonaisuutena niin, että elämä kaikkineen ja erilaiset näkökulmat ihmisestä yhteiskunnan jäsenenä tulisivat mahdollisimman kattavasti huomioiduksi. Having-, loving- ja being-ulottuvuuksin Allardt on pyrkinyt havainnollistamaan kattavasti eri näkökulmia hyvinvointiin.

Ulottuvuudet ilmaisevat samalla sekä yksilön riippuvuutta yhteiskunnasta että hänen pyrkimystään kehittää itseään ja yhteiskuntaa. Niitä ei välttämättä ole kovin menestyksellisesti mahdollista tarkastella yhteisestä viitekehystä (emt. 1976, 333).

5.1.4 Hyvinvointi ja kyvyt

Amartya Sen (1993) käyttää hyvinvoinnin arvioimisessa toimintojen (functionings) ja kyvyn (capabilities) käsitteitä. Hän tarkastelee elämää erilaisina toimintoina: toiminnoilla tarkoitetaan kaikkea sitä, mitä yksilö pystyy tekemään tai millaisena hän pystyy olemaan. Jotkin toiminnot ovat perustavanlaatuisia hengissä säilymisen kannalta (hengittäminen), mutta osa toiminnoista on yksilöiden itsensä valittavissa. Mahdollisuus valita erilaisten toimintojen välillä on hänen mukaansa hyvinvoinnin perusta. Yksilö voi hyvin, jos hänen on mahdollista valita ja olla olemassa itselleen mielekkäällä ja arvokkaalla tavalla. Valinnanvapautta säätelee vaihtoehtojen, vaihtoehtoisten toimintojen tai niiden yhdistelmien määrä, toimintojen avaruus. Myös se, mistä yksilöllä on vapaus valita, on arvoitettavissa. Senin (emt.) mukaan valintojen tekemiseen tarvitaan erilaisia kykyjä. Nämä yksilön kyvyt määräävät hänen toimintamahdollisuuksiaan eli käytettävissä olevia toimintojen vaihtoehtoja ja valinnan mahdollisuuksia. Ringen (1995, 4) tarkentaa Senin toimintamahdollisuuksien käsitettä ja nimeää ne toiminnan areenoiksi, joihin sisältyvät sosiaalitaloudellisen ympäristön tarjoamat vaihtoehdot, ja resurssiksi, joilla tarkoitetaan mahdollisuuksia käyttää näitä vaihtoehtoja hyväksi. Resurssit ovat käyttökelpoisia, jos ne ovat hyödynnettävissä olemassa olevilla areenoilla eli voivat konkretisoitua toimintana. Kykyihin vaikuttavat sekä yksilön synnynnäiset henkilökohtaiset ominaisuudet että toimintaympäristö – viimeksi mainitulla on merkitystä erityisesti kykyjen käyttökelpoisuuden kannalta. Kaikista kyvyistä ei ole hyötyä kaikissa olosuhteissa. (Ringen 1995, 5, 7, 11.)

Koska hyvinvointia rakentavat kyvyt ja niiden merkitys ovat tällä tavoin kontekstisidonnaisia, niitä ei Senin (1993) mielestä ole mielekästä nimetä saati laittaa tärkeysjärjestykseen: mikään kyky ei ole toista merkityksellisempi hyvinvoinnin turva tai takaaja tai sen välttämätön ehto. Riihinen (2002, 187–199) on Senistä poiketen nimennyt erilaisia hyvinvoinnin kannalta mielestään olennaisia kykykategorioita ja niiden osuutta hyvinvoinnin luomiseen ja rakentumiseen. Linaan tässä Riihisen tapaa nimetä kategorioita ja niiden merkitystä kykyjen ja hyvinvoinnin suhteen konkretisoimiseksi. Riihistä mukailen hyvinvoinnin rakentumisen kannalta keskeistä näyttää olevan on elämän hallinnan tunne ja kokemus. Kognitiiviset kyvyt, kyky vastaanottaa ja käsitellä tietoa, ovat puolestaan elämän hallinnan kannalta keskeisiä. Emotionaalisten kykyjen avulla ihminen sekä muokkaa tietoa että pystyy tunnistamaan ja kontrolloimaan omia tunteitaan ja edelleen käyttäytymistään. Riihisen (emt.) mukaan niiden avulla myös elämän hallinnan ja ohjailun mahdollisuuden tunne vahvistuu. Sosiaaliset kyvyt puolestaan edellyttävät kykyä käsitellä omia tunteita ja mahdollistavat hyvinvoinnille tärkeiden sosiaalisten kontaktien luomista. Niiden avulla yksilö voi myös arvioida hyvinvointiaan, verrata omaa tilannettaan

muuhun yhteisöön tai sen jäseniin. Muista hyvinvoinnin kannalta tärkeitä kyvyistä Riihinen mainitsee vielä fysiologiset ja motoriset – terveys, kunto, sairastumisalttius –, volitionaaliset eli tahdonvoimaan ja -lujuuteen liittyvät (yliteitänkö aita aina matalimmasta kohdasta) ja moraaliset kyvyt. Moraalisten kykyjen ansiosta yksilö voi tunnistaa yhteisön keskeisiä normeja ja sopimuksia, joiden kunnioittaminen on tärkeää rakennettaessa luottamusta, joka Riihisen mukaan on olennaista hyvinvoinnin saavuttamisessa. Sisäistetyt moraaliset arvot auttavat hallitsemaan ja säätelemään mielihaluja, mikä lisää elämänhallinnan tunnetta ja kasvattaa siten hyvinvointia. Kuten Sen, myös Riihinen kuitenkin huomauttaa, että kyvyt sinänsä eivät vielä kerro hyvinvoinnista tai elämänlaadusta, vaan olennaista on se, miten kukin niitä käyttää.

Kykyjen käyttökelpoisuuden kannalta merkitykselliseen toimintaympäristöön kuuluvat yhteisön muut jäsenet, muut yhteisöt ja julkinen sektori palveluineen ja toimineen, lainsäädäntö ja poliittinen päätöksenteko (Marski 1996, 20–21). Yhteiskunnan organisoitumisella – rakenteella – on siten merkittävä osuus hyvinvoinnin kannalta tärkeiden kykyjen muodostumisessa ja kehittämisessä ja myös niiden hyödyntämisen mahdollistajana (vrt. Riihinen 2002, 181; ks. Ringen 1995). Myös yhteiskunnan ja sen rakenteiden vakaudella, kuten poliittisen järjestelmän legitimitetillä ja uskottavuudella, on Marskin (1996, 21) mukaan oma merkityksensä hyvinvoinnin synnylle ja ylläpidolle. Rakenteista voisivat esimerkkeinä olla yhteiskunnan tarjoama koulutus ja kulttuuri- sekä vapaa-ajan palvelujen tarjonta tai tulonsiirrot, joiden avulla yksilö voi kehittää itseään ja vaikuttaa edelleen toimintamahdollisuuksiinsa. Riihinen (2002, 181) toteaa kuitenkin, että monet yhteiskunnan rakenteeseen kuuluvat ja sitä vakiinnuttavat toimijat – instituutiot (koulu, kirkko, valtionhallinto) – eivät aina vaikuta kykyjä tasa-arvoistavasti. Ne saattavat ennemminkin vahvistaa olemassa olevia rakenteita, jotka eivät välttämättä tue tasa-arvoisia toiminnan mahdollisuuksia. Siksi on merkityksellistä tutkia kykyjen ja hyvinvoinnin rakentumista ja nostaa esiin niiden taustalla olevia arvoja ja vakiintuneita käsityksiä ja asenteita. Tekemällä viimeksi mainittuja näkyvämmäksi saattaa olla mahdollista edistää muidenkin kuin jo hyvinvoivien yksilöiden (tai yhteiskuntien) hyvinvointia ja edistää ympäristön, ympäröivän kulttuurin ja ilmapiirin muokkaamista kykyjä vahvistavaksi ja niitä esiin tuovaksi.

Kyvyt siis mahdollistavat erilaisten valintojen tekemisen, mikä on yksi hyvinvointia rakentava tekijä. Hyvinvointi, jota Sen (1993) nimittää myös elämänlaaduksi, kasvaa entisestään, jos yksilö on tietoinen vapaudestaan valita ja kontrolloida elämäänsä valintojensa kautta. Kyvyt eivät kuitenkaan selitä, miksi ihminen valitsee käytettävissään olevista toimintamahdollisuuksista juuri tietyt toiminnot. Yksilöllä on sitä enemmän mahdollisuuksia valita, mitä enemmän hänellä on kykyjä, mutta äärimmäisen kyvykkätkään yksilöt eivät yleensä valitse miten sattuu tai toimi mielivaltaisesti. Valinnat perustuvatkin yksilön arvoihin (vrt. Schwartz 1992; Puohiniemi 2003). Sen (1993, 32–33) puhuu toimintaa suuntaavista arvo-objekteista. Valintoja ja toimintoja havainnoimalla on siis itse asiassa mahdollista tutkia paitsi itse hyvinvointia myös sen taustalla olevia arvoja ja arvostuksia – Senin käsittein arvokenttää tai -avaruuksia – ja tunnistaa kulloiselle-

kin toimijalle hyvinvoinnin kannalta relevantit arvot ja arvotavoitteet. Havaitut toimintamahdollisuudet ja kyvyt puolestaan vaikuttavat arvostukseen ja esimerkiksi poliittisiin valintoihin – haluun ja tapaan vaikuttaa ympäristössään (vrt. emt., 44). Sen hylkääkin aiemmin puheena olleen halun toimintaa suuntaavana tekijänä ja on sitä mieltä, että nimenomaan arvot ohjaavat valintoja.

5.1.5 Onnellisuus ja hyvinvointi

Onnellisuus voidaan mieltää henkilökohtaiseksi asiaksi tai kokemukseksi – tällöin puhutaan useimmiten subjektiivisesta hyvinvoinnista (vrt. esim. Allardt 1976). Freytä ja Stutzeria (2002, preface) mukaillen esimerkiksi monet taloustieteilijät haluavat mitata subjektiivista hyvinvointia tai onnellisuutta kysymällä ihmisiltä ”miltä tuntuu”. Layard (2005, preface) taas toteaa mainitun tieteen alan edustajien pitävän onnellisuuden mittana kansalaisten ostovoimaa eli aineellisia resursseja, joiden hyvinvointia tuottava ja mahdollistava merkitys ei ole kiinni siitä, miten ihmiset itse tämän resurssin mieltävät tai sitä arvostavat. Ostovoima on onnellisuuden ja hyvinvoinnin objektiivinen mittari (vrt. BKT hyvinvoinnin indikaattorina).

Freyn ja Stutzerin (2002, 11–12) mukaan onnellisuus ja subjektiivinen hyvinvointi on kokemuksellinen kokonaisuus, jonka syntyyn vaikuttavat sekä yhteiskunnan instituutiot ja rakenteet että kokevat yksilöt itse sosioekonomisine ja geneettisine taustoineen. Freylle ja Stutzerille onnellisuuden osatekijöitä ovat henkilökohtaiset tekijät, kuten itsekunnioitus, ulospäin suuntautuneisuus ja optimismi; sosiodemografiset tekijät, kuten ikä, sukupuoli, siviilisäätö ja koulutus; taloudelliset tekijät, kuten tulot ja työttömyys; ja tilannetekijät, kuten työskentelyolosuhteet ja koettu stressi. Freylle ja Stutzerille (2002, preface) onnellisuus on siis riippuvainen ympäristön olosuhteista, kuten esimerkiksi talouden ja yhteiskunnan organisoinnista ja organisoitumisesta ja yhteiskunnan vakaudesta (emt., 125, 175, 179). He sanovat geneettisten tekijöiden jossain määrin rajaavan sitä, miten onnelliseksi ihminen voi ylipäätään tulla. Heidän persoonallisiksi (henkilökohtaisiksi) ominaisuuksiksi nimeämistään tekijöistä hallinnan tunteella, itsensä arvostamisella, optimismilla ja itseluottamuksella on myös merkitystä onnellisuuden mahdollisuuden kannalta (emt., 49–68.) He toteavat kuitenkin, että onnellisuutta ei voi määrittellä eri tekijöiden summaksi. Tottumukset, tavoitteiden asettelu ja arvostus sekä sosiaalinen vertailu muiden tilanteisiin vaikuttavat onnellisuuden kokemiseen (Frey & Stutzer 2002, 11–12; vrt. Layard 2005, 7). Tärkeää on myös, missä määrin olosuhteet tarjoavat mahdollisuuksia tehdä tai osallistua ja vaikuttaa (Frey & Stutzer 2002, 153–156; vrt. esim. Allardt ja being). Kulttuuriset normit ohjaavat niin ikään onnellisuuden kokemista (Diener & Suh 1992, 445); onnellisuus merkitsee eri asioita eri ihmisille ja rakentuu kullakin eri tavoin. Se voi olla arvo itsessään tai hyvän elämän yksi osatekijä (Frey & Stutzer 2002, 3). Eri kulttuurit eroavat myös siinä, miten paljon painoa subjektiiviselle hyvinvoinnille yleensä annetaan (Diener & Suh 1992, 445, 448). Määrittelijän oma viitekehys kokonaisuudessaan – koulutus, sosiaalinen status, ympäristö – siis vaikuttaa onnellisuuden määrittämiseen.

Mielenkiintoista on verrata Freyn ja Stutzerin (2006) näkemystä aiemmin puheena olleeseen Allardtin käsitykseen hyvinvoinnista ja tarpeesta tutkia sitä sekä objektiivisten olosuhteiden lisäksi kokemuksellisesta näkökulmasta. Allardtin (1976, 1993) ja Roosin (1973) näkemyksillä hyvinvoinnista subjektiivisten ja objektiivisten tekijöiden kokonaisuutena näyttäisi olevan paljon yhteistä Freyn ja Stutzerin (2002) sekä Layardin (2005) onnellisuuden käsitteen kanssa. Freyn ja Stutzerin näkökulma hyvinvointiin on pitkälti sama kuin Allardtin hyvinvoinnin objektiivisine ja subjektiivisine merkityksineen, mutta tulokulma on päinvastainen: hyvinvointi ymmärretään subjektiivisen kokemuksen tai onnellisuuden lisäksi myös objektiiviseksi, olosuhteisiin vaikuttamalla muokattavaksi olotilaksi. Näyttäisi myös siltä, että vaikuttamalla olosuhteisiin yhteiskunta voi vahvasti säädellä onnellisuutta säädelllessään onnellisuuden kokemisen mahdollisuuksia. Myös subjektiiviseen hyvinvointiin on siis mahdollista vaikuttaa yhteiskuntapoliittisin toimin Freyn ja Stutzerin näkemyksen mukaan, vaikka objektiivista hyvinvointia on subjektiivisen kustannuksella pidettykin joskus etusijalla juuri sen vuoksi, että vain siihen voidaan konkreettisesti vaikuttaa (ks. Marski 1996, 16–17). Joka tapauksessa onnellisuus ja sen synty on elävä prosessi, joka muuntuu ja muokkautuu olosuhteiden muutosten ja yksilön tekemien tilannearvioiden ja vertailujen sekä mielialojen ja tottumusten mukaan (ks. myös Layard 2005, 42–43, 53). Havaitseva mieli on avainasemassa onnellisuuden kokemisessa ja käsitysten muodostumisessa (vrt. esim. Frey & Stutzer 2002, 12). Hyvinvoinnin kokemuksia voidaan siksi ajatella olevan yhtä paljon kuin havaitsijoita (vrt. konstruktionistinen todellisuuskäsitys).

Layard (2005, 24) puhuu onnellisuuden perustana halusta voida hyvin ja välttää pahaa. Hän korostaa lisäksi myös Freyn ja Stutzerin (2002) esille nostamaa vertailua muiden tilanteisiin, tai oikeammin taitoa ja ymmärrystä välttää vertailua muihin, onnellisuuden ehtona. Itse asiassa kyky olla vertaamalla omaa tilannetta muihin on onnellisuuden edellytys, koska jollakulla olosuhteet ovat aina vertailijan omia paremmat. Idea on siis pystyä nauttimaan siitä, mitä on – ja myös siitä, että kykenee tunnistamaan itselle merkitykselliset ja tavoittelemisen arvoiset asiat ja mitä sen pohjalta pyrkii tavoittelemaan (vrt. Layard 2005, 47, 74). Massan mieltymysten sijaan voi joskus onnellisuuden kannalta olla tarpeen pysähtyä miettimään ja kyseenalaistamaankin tarjottuja tarpeita (vrt. hegemoniset diskurssit).

Layard (emt, 68–70) puhuu länsimaisen yhteiskunnan onnellisuuden edellytyksenä myös vapauden tunteesta ja luottamuksen kokemisen mahdollisuudesta, johon yhteisön laadulla on ratkaiseva vaikutus (vrt. Allardt & loving). Henkilökohtaiseen vapauteen tai sen kokemiseen vaikuttavat lait ja niiden toimivuus, olosuhteiden vakaus ja väkivallattomuus, äänensä kuuluville saaminen eli vaikuttamisen mahdollisuus (vrt. Allardt & being), julkisten palvelujen toimivuus, korruptoitumattomuus ja niin sanotun sääntelysystemin tehokkuus. Viimeksi mainittua voisi ajatella esimerkiksi oikeudenmukaisena tulonjakona.

Layardin (2005, 92–104) mukaan pelkkä itsensä toteuttaminen tai sen mahdollisuudet eivät kuitenkaan vielä riitä onnellisuuden kokemiseen, vaan lisäksi tarvitaan tunne siitä, että toimitaan oikein – vastuullisesti, moraalisesti ja

muiden tilanteet ja tunteet huomioiden. Kaikesta ei myöskään haluta vastata itse – onnellisuuden mahdollisuudet ja edellytykset pitävät sisällään sen, että kukin toimija voi luottaa ympäristöönsä ja sen instituutioihin niin, että uskaltaa jättää osan päätöksenteosta muiden vastuulle luottaen siihen, että päätöksiä tehdään kaikkien parasta tavoitellen. Samalla kevennetään hieman omaa vastuun taakkaa (vrt. Layard 2005, 145).

Myös Argyle (1992, 358–370) puhuu vertailun merkityksestä hyvinvoinnin kokemiselle. Toisekseen hänen mukaansa materia – lähinnä tulot – korreloi heikosti sen kanssa, miten onnelliseksi ihminen itsensä kokee, kun tulotasossa on ylitetty jonkinlainen kipuraja – lisätulot eivät sen jälkeen lisää onnellisuutta tai hyvinvoinnin kokemusta. Hän puhuu hyvinvointia lisäävinä tekijöinä työllisyyden turvaamisesta ja parantamisesta, mielekkäistä ja merkityksellisistä vapaa-ajan viettämisen mahdollisuuksista, ”ihmissuhdeturvaverkoista” ja institutionaalista perheiden tukemisesta ja tuen saannin mahdollisuuksista. Argylen käsitykset lähenevät mielestäni paljolti Layardin (2005) lanseeraamaa vakaiden olojen merkitystä ja toisaalta jälleen kerran Allardtin being-ulottuvuutta. Sivuhuomautuksena todettakoonkin, että Allardt näyttäisi olleen kovasti aikaansa edellä puhuessaan hyvinvoinnin erilaisista ulottuvuuksista – erityisesti being-ulottuvuus näyttäisi viimeaikaisessa hyvinvointi- ja onnellisuustutkimuksessa nousseen arvoon arvaamattomaan.

5.2 Näkökulmia alueelliseen hyvinvointiin

Alueellisesta hyvinvoinnista Suomessa ovat 2000-luvulla sanansa sanoneet muun muassa Kainulainen, Rintala ja Heikkilä (2001), Viljanen (2001) sekä Rintala ja Heikkilä (2002), jotka käsittelevät aihetta lähinnä hyvinvoinnin alueellisten erojen näkökulmasta. Aika usein keskustelu alueellisesta hyvinvoinnista jää pyörimään alueen kilpailukyvyn ja sen taloudellisen hyvinvoinnin (Allardtin käsittein having-ulottuvuuden objektiivinen puoli) ja niiden keskinäisen riippuvuuden ja sidoksien ympärille (vrt. esim. Porter 2003; Huovari ym. 2001). OECD muiden joukossa painottaa innovatiivisen talous- ja tuotantoelämän toimintaedellytyksiä alueellisen hyvinvoinnin kuvaajana. Näihin toimintaedellytyksiin kuuluvat muun muassa saatavilla olevan ”työvoiman” laatu, kuten alueen asukkaiden ikärakenne ja koulutus. OECD:n näkökulmasta alueellista (= taloudellista) hyvinvointia näyttäisi siis kuvaavan se, mitä alueella on tarjottavanaan yrityksille.

Hyvinvointiteorioiden näkökulmasta alueellisessa hyvinvoinnissa voi olla kysymys paljon enemmän kuin pelkästään alueen taloudellisesta vauraudesta tai menestyksestä, kilpailukyvystä ja taloudellisista toimintaedellytyksistä. Erityisesti onnellisuuden kokemisen näkökulmasta varallisuus ja vauraus ei välttämättä olekaan ensisijainen hyvinvoinnista alueesta viestittävä seikka, puhutaan sitten kaupungista, kaupunki- tai maaseudusta toiminta- ja elinympäristönä (vrt. myös Simpura 2004). Alueet ja niiden asukkaat eivät elä ainoastaan

”leivästä”, vaikka se alueellisen hyvinvoinnin perustaksi nimettäisiinkin. Taloudellisten resurssien tai tarpeiden tyydyttämisen mahdollisuuden (having) lisäksi alueellinen hyvinvointi rakentuu aineettomista toimintaa mahdollistavista resursseista ja henkisistä tarpeista ja niiden tyydyttämisen mahdollisuudesta. Viimeksi mainittua Allardt (1976) nimitti elämänlaaduksi. Näitä aineettomia alueen hyvinvoinnin edellytyksiä ja mahdollistajia ovat esimerkiksi alueen kulttuuritarjonta ja muut vapaa-ajanviettoon liittyvät ja ylipäätään osallistumisen, vaikuttamisen ja osallisuuden kokemisen mahdollisuudet, joista Allardt puhuu itsensä toteuttamisena (being) (vrt. myös Frey & Stutzer 2002; Layard 2005). Jotta nämä mahdollisuudet todella voisivat rakentaa hyvinvointia, resursseja on sekä kyettävä että uskallettava käyttää hyväkseen (vrt. esim. Sen 1993; Ringen 1995) – resurssien hyödyntäminen edellyttää luottamuksellista, kannustavaa ja jossain mielessä vakaata tai turvallista ilmapiiriä ja henkilösuhteita (loving).

Oman tutkimukseni näkökulmasta Mikkosen (2004) alueellisia vetovoimatekijöitä koskeva tutkimus sivuaa alueellisen hyvinvoinnin teemaa erityisesti sen laadullisesta tai paremminkin aineettomasta, elämänlaatua koskevasta näkökulmasta (ks. Allardt 1976). Myös Karisto (2004) pohtii kaupunkien tarjoamia hyvinvoinnin kokemisen mahdollisuuksia aineetonta näkökulmaa painottaen. Karisto (emt.) puhuu kaupunkien tai kaupunkiseutujen arkiviihtyvyydestä. Arkiviihtyvyyden hän nimeää arjen vapaudeksi ja vaihteluksi, mikä voi tarkoittaa esimerkiksi alueen elävyyttä ja sen tarjoamia toiminnan mahdollisuuksia. Siihen kuuluu myös alueen muualta kopioimaton luonne ja ilme sekä alueella tiedostettu identiteetti. Lisäksi kaupungilla on hänen mukaansa oltava oikeasti toimiva, sen asukkaita ja yrityksiä palveleva rakenne, jotta siitä voitaisiin puhua hyvinvoivana tai edellä mainitusti arkiviihtyisänä alueena. Karisto ei tekstissään ääneen mainitse mieltävänsä yrityksiä pelkästään taloudellisen hyvinvoinnin edellytysten rakentajiksi. Hän (2004, 34) toteaa kuitenkin, että yritystoiminnan aikaansaama hyvinvointi ja ihmisten arkinen hyvinvointi ovat toisistaan erkaantumassa. Tämä antaa mielestäni viitteitä siitä, että hän pitää yrityksiä ennen kaikkea toimintaympäristönsä taloudellisten toimintaedellytysten rakentajina – muut arkiviihtyvyyteen kuuluvat tekijät rakentuvat jossakin muualla muiden toimijoiden rakentamina.

Tässä tutkimuksessa tutkin ja analysoin yrityksiä erityisesti toimintaympäristönsä hyvinvoinnin tuottajina edellä kuvattujen hyvinvointiteorioiden ja -ulottuvuuksien näkökulmasta sen ohella, että tutkin niitä toimintaympäristönsä rakentajina ja muokkaajina yleensä lähinnä sidosryhmäteorian näkökulmasta. Tältä pohjalta teen käytännöllisiä johtopäätöksiä yritysten merkityksestä toimintaympäristönsä elinvoimalle ja vetovoimaisuudelle. Näkökulmani alueelliseen hyvinvointiin ja sen arviointiin on päinvastainen kuin tämän luvun alkupuolella esitetty alueellista hyvinvointia koskeva näkemys, jonka mukaan sitä voidaan mitata ja arvioida alueen yrityksille tarjoamalla toiminnan mahdollisuuksilla. Vähän samankaltaista tutkimusta on tehnyt esimerkiksi Hautamäki (2000) tutkiessaan menestyvien yritysten merkitystä alueelliselle kehitykselle. Yritysten mieltämisessä yhdeksi toimintaympäristönsä hyvinvoinnin tuottajaksi ei sinänsä olekaan mitään uutta tai erikoista – muun muassa jo Druckerhan

(1969) on puhunut yrityksistä alueen aineellisen hyvinvoinnin turvaajina. Yritysten taloudellista vaurautta ja taloudellisen hyvinvoinnin mahdollistavia olosuhteita rakentava merkitys on jo tunnustettu ja tunnistettu ja sitä myös usein korostetaan yrityksistä ja niiden alueellisesta merkityksestä puhuttaessa (vrt. esim. European portal for SME's; vrt. myös Taipalinen & Toivio 2004). Omassa tutkimuksessani en kuitenkaan tyydy tarkastelemaan yrityksiä pelkästään toimintaympäristönsä taloudellisen hyvinvoinnin tuottajina. Haluan analysoida keskipohjalaisyrittäjiä toimintaympäristönsä rakentajina laajemman, monialaisemman ja moniulotteisemman hyvinvointikäsitteen näkökulmasta kuin mitä hyvinvoinnin mieltäminen pelkästään aineelliseksi ja materiaalisiksi elämisen edellytyksiksi ja niiden turvaamiseksi antaa aihetta.

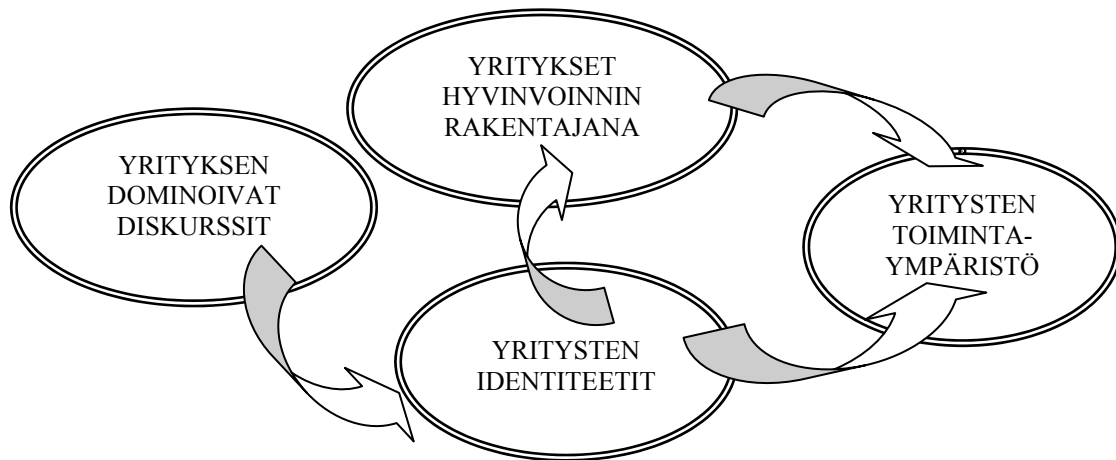
5.3 Hyvinvoinnin määritelmä tässä tutkimuksessa

Aiemmin totesin Allardtin (1976) pitävän hyvinvointia niin moniselitteisenä käsitteenä, että se on syytä määritellä jokaista tutkimusta varten erikseen. Konstruktionistisesta näkökulmastahan tutkimustehtävässä määritellyn tutkimuksen kohteen analysoinnin ja kyseenalaistamisen ohella tutkimuksen välineenä käytettävien käsitteiden siinä kuin metodienkin kyseenalaistaminen, selittäminen ja avaaminen on olennainen osa tutkimusta ja sen laadun ja luotettavuuden varmistamista. Tässä tutkimuksessa analysoin yritysten identiteettejä ja teen niiden perusteella johtopäätöksiä yritysten toimintaympäristönsä tuottamasta hyvinvointia mahdollistavasta "tilasta" tai olosuhteista ja yritysten omasta asemoitumisesta hyvinvoinnin näkökulmasta (vrt. Billig 1991, 43). Näkökulmani hyvinvointiin on pakostakin objektiivinen, koska käyttämäni aineisto ei anna mahdollisuutta arvioida subjektiivista hyvinvointia eli hyvinvoinnin kokemuksia. Jätän kuitenkin tässä vaiheessa vielä määrittelemättä, mistä aineksista hyvinvointia mahdollistava tila rakentuu. Jätän määrittelyn avoimeksi, koska diskurssianalyttisen viitekehityksen luonteen mukaisesti tavoitteeni ei ole verifioida tai falsifioida yritysten merkitystä hyvinvoinnin tuottajina vaan tutkia sitä, mitä merkityksiä niille tästä näkökulmasta eri hyvinvointinäkemysten perusteella voisi rakentua. En myöskään etukäteen halua ohjautua tarkastelemaan yritysten identiteettejä jostakin tietystä määritelmästä käsin. Hyvinvointikäsitteen määrittely tässä vaiheessa saattaisi tiedostamattainkin sitoa ajatuksiani tutkimuksen tavoitteita ja uuden tiedon hankkimista vahingoittavalla tavalla (vrt. Billig 1991, esim. 58). Hyvinvointiteorioiden ja erilaisten hyvinvointia rakentavien ulottuvuuksien sidonnaisuuden ja keskinäisen riippuvuuden näkökulmasta haluan tutkia, millaisina hyvinvoinnin rakentajina yritykset mahdollisesti konstruoituvat niiden taloudellisen merkityksen ohella – ja mitä ne itsestään hyvinvoinnin näkökulmasta ylipäättään mahdollisesti sanovat. Tätä selvittääkseni annan yritysten tekstien puhua puolestaan.

6 TUTKIMUKSEN TEOREETTISEN OSUUDEN KOONTI

Tutkimuksessani olen tähän mennessä pyrkinyt perustelevaan ja taustoittamaan tutkimustehtävää ja tutkimuksen teoreettista viitekehystä metodivalintaan. Erityisesti luvuissa 1-2 keskityn johdattamaan lukijan tutkimukseni aiheeseen ja perustelevaan, miksi tutkimuksen kohteena olevaa ilmiötä mielestäni kannattaa ja on syytä tutkia. Tutkittava ilmiö on yritykset toimintaympäristönsä ja sen hyvinvoinnin rakentajina. Tutkimuksen tavoitteena on tehdä näkyväksi keskipohjalaisten yritysten merkitystä ja niiden tarjoamia mahdollisuuksia ja vaihtoehtoja Keski-Pohjanmaan maakunnan identiteetin rakentamiseen ja rakentumiseen. Tutkimuksessani analysoin keskipohjalaisten yritysten asemoitumista teksteissään - yritysten identiteettejä - ja asemoitumisen merkitystä niiden toimintaympäristölle. Tutkin 1) miten keskipohjalaisyrietykset asemoituvat toimintaympäristössään sen hyvinvoinnin näkökulmasta, 2) millaisia identiteettejä keskipohjalaisyrietykset itselleen diskursseissaan rakentavat ja 3) millaista Keski-Pohjanmaata yritysten teksteissä rakennetaan. Kertauksen vuoksi liitän oheen jo kertaalleen esittämäni kuvion 4 havainnollistaakseni tutkimuksen kulua sille asettamani tavoitteen saavuttamiseksi.

Tutkimustani ohjaa konstruktionistinen näkemys ympäröivän sosiaalisen todellisuuden luonteesta. Sen mukaisesti yhtä, objektiivista, kaikille yhteistä todellisuutta ei ole olemassa, vaan käsityksemme maailmasta syntyy vuorovaikutuksessa - käyttämämme kielen ja puheen ja kielellisten käytäntöjen kautta. Kielen välittämistä merkityksistä syntyy merkitysten kokonaisuuksia, jotka puolestaan vaikuttavat siihen, millaisena maailman havaitsemme, mitä siitä ajattelemme ja mitä mahdollisuuksia ja toiminnan vaihtoehtoja se mielestämme tekee mahdolliseksi. Kielellisten merkitysten kokonaisuuksia nimitetään tässä tutkimuksessa diskursseiksi. Diskurssein voidaan myös tietoisesti pyrkiä vaikuttamaan siihen, millainen käsitys meille jostakin ilmiöstä tai asiasta rakentuu. Tätä diskursiivisesti rakentuvaa sosiaalista todellisuutta konkretisoin luvussa 2. Samassa luvussa esittelen myös erityisesti tutkimuskysymykseen 2 vastaamisen kannalta olennaisen sidosryhmäteorian.



KUVIO 4 Diskursseista yritysten asemoitumiseen ja toimintaympäristön identiteettiin (ks. KUVIO 1)

Konstruktionistisessa tutkimuksessa tutkimuskysymyksiin haetaan vastausta tutkimusaineistosta sitä koskevien teoreettisten hypoteesien ja ennakkoletusten verifioimisen tai falsifioimisen sijaan. Teorian rooli on ensisijaisesti perustella sekä analyysin tekemisen tapaa, mukaan lukien valitut menetit ja niiden käyttäminen, että argumentoida tutkimuksen luotettavuuden puolesta. Jokista ym. (1993, 60) siteeraten ”tutkijan on tarpeen raportoida yksityiskohtaisesti ja perustella suhteessa tutkimustehtäväänsä ne logiikat, joilla hän kulloinkin konstruoi aineistostaan merkityssystemejä [diskursseja]”. Luku 3 onkin omistettu tutkimusta ohjaavalle diskurssianalyttiselle metodologialle ja luku 4 retoriikalle diskurssien rakentajana ja retorille analyysille tutkimusmenetelmänä. Potterin (1996) mukaan kaikki vuorovaikutus, myös sosiaalista maailmaa rakentava, on retoriikkaa eli puhetta, jolla pyritään vaikuttamaan johonkin tiettyyn yleisöön ja saamaan se toimimaan jollakin argumentoijan haluamalla tavalla ja jolla samalla muokataan myös havaittua toimintaympäristöä ja siinä mahdollisiksi koettuja toiminnan vaihtoehtoja. Kuulijoiden tai kohdeyleisön vakuuttamiseksi argumentoija voi käyttää useita erilaisia retorisia keinoja, joiden voima ja vakuuttavuus vaihtelee tilanteesta toiseen. Retorisin keinoin voidaan pyrkiä vakuuttamaan kuulija niin argumentoijan kuin argumentinkin luotettavuudesta joko omia kantoja puolustamalla tai hyökkäämällä vastakkaisia näkemyksiä vastaan.

Diskurssianalyttisessä tutkimuksessa keskeistä niin uuden tiedon tuottamiseksi kuin tutkimuksen laadun ja luotettavuuden kannaltakin on, että tutkija pystyy tiedostamaan ja osaa kyseenalaistaa sekä omat tutkimuksen kohdetta koskevat ennakkoletuksensa että tutkimuksessa käyttämänsä käsitteet sekä tutkimuksen tulokset ja niistä tekemänsä johtopäätökset – itsestäänselvyksiä ei ole. Hyvässä diskurssianalyttisessä tutkimuksessa reflektointi on kirjoitettu näkyviin myös tutkimusraporttiin.

Substanssiteorioilla on diskurssianalyttisessä tutkimuksessa oma paikansa aineistosta tehdyn analyysin ja sillä saadun tiedon kontekstualisoinnissa eli johtopäätöksiä tehtäessä ja edelleen osallistuttaessa tutkimuksen ja siinä tehtyjen johtopäätösten perusteella yhteiskunnalliseen keskusteluun. Koska sosiaalinen maailma rakentuu kielessä, se on myös kielen avulla muokattavissa. Konstruktionisti ei tyydy pelkästään jonkin todellisuuden ja sitä rakentavien mekanismien näkyväksi tekemiseen vaan pyrkii tutkimuksellaan vaikuttamaan ja saamaan aikaan muutosta – tuomaan julki vaihtoehtoisia ajattelun, puheen ja toiminnan tapoja joko kritisoiden omaa tutkimuskohdettaan koskevia valtakursseja tai tuomalla julki tutkimuskohteensa mahdollistamia vaihtoehtoisia näkökulmia vallitsevaan sosiaaliseen todellisuuteen.

Reflektoinnin lisäksi diskurssianalyttisen tutkimuksen luonteeseen kuuluu, että tutkimuksen välineenä käytetyt käsitteet kyseenalaistetaan siinä kuin itse tutkimuksen kohdekin. Luvussa 5 esittelen tutkimuksen johtopäätösten kannalta keskeisen hyvinvointikäsitteen eri ulottuvuuksia ja erilaisten hyvinvointikäsitteiden ja -teorioiden perusteita. Jätän kuitenkin vielä määrittelemättä käsitteen sisällön tässä tutkimuksessa ja annan yritysten itsensä määrittellä, mitä alueellinen hyvinvointi niiden rakentamana on – jos sellaista on.

Tutkimukseni jälkipuolisko, luvut 7–9, on omistettu keskipohjalaisyriyten teksteille, teksteissä rakentuvien identiteettien analysoinnille ja niistä tutkimuskysymyksiin vastaamiseksi tehtäville johtopäätöksille.

7 KESKIPOHJALAISET YRITYKSET TEKSTEISSÄÄN

7.1 Tutkimuksen tavoite, aineisto ja toteutus

Tutkimuksessani haluan tehdä näkyväksi keskipohjalaisten yritysten merkitystä ja niiden tarjoamia mahdollisuuksia ja vaihtoehtoja Keski-Pohjanmaan maakunnan identiteetin rakentamiseen. Yritysten merkityksen näkyväksi tekemiseksi tutkin, millaisia identiteettejä yritykset rakentavat itselleen omissa teksteissään. Tutkin, mitä yritykset korostavat puhuessaan itsestään ja mitä ehkä jättävät sanomatta, miten ne itsestään puhuvat ja kenelle kaikille ne puheensa osoittavat. Yritysten identifioitumisesta teen johtopäätöksiä siitä, mitä annettava niillä voisi olla keskipohjalaisdiskursseille ja Keski-Pohjanmaan identiteetille. Identiteettien ja niiden rakentumisen hahmottamiseksi tutkin ja analysoin yritysten kotisivuja, joille voidaan ajatella tiivistetyn kaikkein olennaisin yrityksen toiminnasta (vrt. esim. Singh & Point 2006). Tekstien analysointiin käytän retorista metodia luvussa 4 kuvatulla tavalla.

Tutkittavat tekstit on poimittu vuosina 2003 ja 2004 taloudellisin kriteerein - vakavaraisuus, kannattavuus ja maksuvalmius - parhaiten menestyneiden keskipohjalaisyriyten kotisivuilta. Haluan tutkia, millainen Keski-Pohjanmaa nimenomaan tällä tavoin tunnustusta saaneiden keskipohjalaisiksi nimettyjen yritysten teksteissä rakentuu ja mitä annettavaa niillä ehkä voisi olla koko maakunnalle ja sen identiteetille. Keskipohjalaismenestyjistä tutkimuksessa on mukana Kokkolan ja Kaustisen seutukunnassa (yhteensä 12 kuntaa) sijaitsevat yritykset. Niin sanottuun hallinnolliseen Keski-Pohjanmaahan verrattuna tutkimuksen ulkopuolelle jäävät maakuntaliittoon kuuluvat viisi osajäsenkuntaa. Rajaus on sama, jota analyysiyhtiö Balance Consulting Oy käyttää listatessaan vuosittain eri maakuntien menestyjäyrityksiä. Käyttämäni rajaus ei välttämättä koko Keski-Pohjanmaan identiteetin rakentumisen kannalta ole onnistunein mahdollinen eikä missään tapauksessa tutkijan Keski-Pohjanmaan maakuntarajojen vetämistä koskeva kannanotto.

Balance Consulting Oy:n tekemät listaukset on julkaistu Kauppalehdessä loppusyksystä 2004 ja 2005. Jatkossa puhuessani listauksista käytän näitä vuosilukuja: muistutettakoon vielä, että ne koskevat aina edellisen vuoden "menestystä". Vuonna 2004 tehdyssä vertailussa Keski-Pohjanmaan yritykset menestyivät erinomaisesti, kun mittarina käytetään yritysten kasvuvauhtia - liikevaihdon kasvu, 16,4 prosenttia, oli kymmenen prosenttiyksikköä suurempi kuin muualla maassa. Myös listauksissa mukana olleiden yritysten kannattavuus ja vakavaraisuus olivat parempia kuin maassa keskimäärin - itse asiassa maakunnan yritykset olivat maan vakavaraisimpia toimijoita (Kauppalehti 8.11.2004). Vuonna 2005 menestys ei valtakunnallisesti vertaillen ollut aivan edellisvuoden veroista mutta koheni jälleen vuonna 2006. Tätä kirjoitettaessa tuoreimmat, marraskuussa 2007 julkaistut raportit kertovat keskipohjalaisten menestyksen edelleen jatkuvan teollisuuden alalla rakennusalaan lukuun ottamatta, jolla tilanne ainakin kasvulla mitattuna on muuta maata heikompi, vaikka kasvua silläkin sektorilla on. Kaupan ala ja palvelut eivät juuri poikkea suuntaan tai toiseen muusta maasta. Huomautettakoon, että kannattavia ja taloudellisesti menestyviä yrityksiä Keski-Pohjanmaalta toki kaikkina edellä mainittuina vuosina löytyi, mutta maakunnan sijoitus muihin maakuntiin verrattuna vaihteli - muualla maassa yritykset menestyivät joinakin vuosina vielä paremmin.

Vuosina 2004 ja 2005 listoille nousi yhteensä 68 eri keskipohjalaisyritystä. Paljolti samat yritykset sijoittuivat maakunnan yritysten kärkeen edelleen vuosina 2006 ja 2007. Yritysten vaihtuvuus menestyslistoilla ei siis ole kovin suurta - vakavaraiset yritykset ovat myös toiminnassaan vakaita ja tekevät vuodesta toiseen tulosta melko tasaisesti tutkimuksessa määritellyillä menestyksen kriteereillä. 68 mahdollisesta yrityksestä poimin ensi vaiheessa mukaan 50 yritystä. Niiden joukosta valitsin edelleen mukaan sellaisia yrityksiä, jotka kooltaan suunnilleen mahtuvat pk-yrityskategoriaan ja jotka sekä toimivat että joiden kotipaikaksi voidaan määritellä jokin edellä kuvatusti rajatun Keski-Pohjanmaan kunnista. EU:n komission pk-yritysmääritelmään kuuluva riippumattomuus ei sen sijaan ole ehdoton vaatimus: mukana on myös sellaisia Keski-Pohjanmaalla toimivia ja sijaitsevia yrityksiä, jotka kuuluvat osaksi suurempaa kokonaisuutta. Perimmäinen tutkimuksen ideahan oli tutkia, millaisia identiteettien rakentamisen resursseja Keski-Pohjanmaalla toimipaikkaansa ylläpitävät ja toimivat yritykset voisivat alueelle - toimintaympäristölleen - tarjota. Valitsemani kokoluokan yritysten tutkimista perustelin luvussa 2. Muistutettakoon saman tien, että kaikki mukana olevat yritykset eivät enää mahdu pk-yrityskriteereihin, sillä poiminta perustuu yritysten loppuvuoden 2005 tilanteeseen.

Tutkimuksen ulkopuolelle jätettiin siis ne yritykset, jotka selvästi kooltaan kuuluvat suuryrityskategoriaan. Samoin ulkopuolelle jäi sellaisia yrityksiä, joilla ei ollut omia kotisivuja. Joukossa oli esimerkiksi erilaisten yrityskehityksen jäseniä, joilla ei ollut toimipaikkakohtaisia internetsivuja vaan yhteiset sivut kaikkien ketjun jäsenten kanssa. Perustelen ketjujen yhteisten sivujen jättämistä pois tutkimuksesta sillä, että niitä analysoimalla ei tule näkyviin tässä tutkimuksessa

keskeinen nimenomaan keskipohjalaisten yritysten asemoituminen ja ajattelun ja toiminnan tapa. Muiden kotisivuttomien yritysten osalta internetistä löytyi ainoastaan yritysten yhteystietoja ja mahdollisesti niiden toimialaan liittyviä niukkoja tietoja muiden kuin yritysten itsensä tuottamana (esim. Yritystelen sivustot). Pelkkien yhteystietojen varaan ei kovin syvällistä analyysiä ole laadittavissa.

Lopullinen tutkimusjoukko koostuu 35 yrityksestä. Ensimmäisen kerran kotisivut käytiin läpi vuoden 2005 lopulla. Sivut tarkistettiin keväällä 2007. Mikäli suuria muutoksia oli tapahtunut sivujen sisällössä, aineistoa täydennettiin näiltä osin. Jos sivuja oli tänä aikana muokattu yritysten omistussuhteissa, koon puolesta tai kotipaikan suhteen tapahtuneiden sellaisten muutosten takia, etteivät ne enää edellä mainituin kriteerein kuuluneet tutkittavien yritysten joukkoon, analysointiin käytettiin sivujen aikaisempia versioita. Näistä syistä uudistettujen tekstien pois jättämistä perustelen samoin kuin aiemmin ketjujen sivujenkin pois jättämistä: niissä puhuu joku muu kuin keskipohjalainen yritys. Mainittujen muutosten vuoksi uudistetut tekstit eivät enää ole sitä puhetta, josta olen oman tutkimukseni ongelmanasettelun näkökulmasta kiinnostunut.

Yrityksistä 23 on Kokkolasta, kolme Kälviältä ja Vetelistä, kaksi Kannuksesta ja yksi Halsualta, Perhosta, Kaustiselta ja Himangalta. Yksittäiset toimialat vaihtelevat muutamia mainitakseni elintarvikkeiden valmistuksesta talon-, maan- ja veneenrakennukseen ja muovi-, metalli-, puusepän- ja nahkateollisuudesta IT-, palvelu- ja kaupan toimialaan – käytän siis yksityiskohtaisempaa luokittelua kuin Balance Consulting Oy teollisuus-, palvelu- ja kaupan toimialoi- neen. Mukaan valittujen yritysten valmistamien tuotteiden ja tuottamien palveluiden kirjo on lyhyesti sanoen monipuolinen. Koska toimialat tai tuotteet tai identiteettien jakautuminen toimialoittain ei ole tutkimuksen keskeinen kysymys, jätän tarkemman erittelyn tekemättä tässä yhteydessä. Lukija pääsee kiinni alueen yritysten moninaisuuteen ja monialaisuuteen yritysten sivuilta analyysin perustelemiseksi poimimieni tekstikatkelmien myötä. Yksityiskohtainen luettelo tutkimuksessa analysoiduista yrityksistä kotipaikkoineen ja toimialoineen on liitteenä tutkimuksen lopussa.

Olen jäsennellyt analyysitekstin yrityksille konstruoituvien diskurssien perusteella. Itse analysointiprosessin jäsentäminen tutkimusraportissa yritysten teksteissä rakentuvien diskurssien perusteella jo **ennen** johtopäätösten tekemistä ja niistä raportoimista ei liene aivan diskurssianalyttisen viitekehyksen ihanteiden mukainen menettelytapa – lukija ei voi välttyä vaikutelmalta, että tutkija on jo etukäteen laatinut luokat, joihin tekstit sijoittaa. Kokeiltuani useita jäsentämisen tapoja valitsemani tapa oli kuitenkin ainoa, jonka keinoin aineiston ja siitä tehdyt tulkinnat sai jotenkin käsitettävään ja perusteltavaan muotoon. Esimerkiksi jäsentely ja tutkimusprosessin kuvaus yritysten käyttämien retoristen keinojen perusteella osoittautui mahdolliseksi aineiston runsauden ja vaihtelevuuden ja osin varmaan ensi alkuun myös tutkijan metodologian hallintaan liittyvän harjaantumattomuuden vuoksi. Rehellisyyden nimissä on sanottava, että tehtyäni pitempään tuttavuutta yritysten tekstien kanssa niissä alkoi toistuvasti nousta esiin jäljempänä tekstissä esitettyjä teemoja, joiden mu-

kaisesti tekstit alkoivat ryhmittyä kuin itsestään. Diskurssit hahmottuivat yritysten teksteissä niiden useaan kertaan korostamina toiminnan tapoina ja muina niille itselleen tekstin perusteella merkityksellisinä seikkoina.

Perustellakseni yritysten teksteistä tunnistamiani diskursseja olen pyrkinyt sitomaan yritysten kotisivuilta poimittuja esimerkkejä tiukasti analyysiini niin, että lukija saa konkreettisen kuvan siitä, mihin analyysini perustan (vrt. Jokinen ym. 1993, 58 ja aineistoon ankkuroituminen). Yritysten diskurssien rakentumista havainnollistamaan olen valinnut 35 yrityksen teksteistä 124 tekstikatkelmaa. Katkelmat kotisivuilta on poimittu pääasiallisesti marras-joulukuussa 2005 ja tietoja on täydennetty vuoden 2007 aikana. Korostettakoon, että katkelmat ovat nimenomaan esimerkkejä yritysten teksteissä vallitsevasta tavasta puhua ja kertoa omasta toiminnastaan ja perustella omaa merkitystään ja olemassaoloaan. Niin ikään tunnistamiani diskursseja perustellakseni olen katkelmien yhteydessä pyrkinyt mahdollisimman kattavasti nimeämään niistä tunnistamani retoriset keinot. Tulkinnan perustelun ohella keinot ja niiden nimeäminen on olennaisen tärkeää myöhemmin tehtäville johtopäätöksille – sille, mitä alueen elinvoimaisuudesta ja hyvinvoinnista voi yritysten puheen tapojen perusteella sanoa.

Voidakseni yksinkertaisesti sitoa analyysitekstin esimerkkeihin olen numeroinut katkelmat ja viittaan selitysteksteissä esimerkkeihin tämän numeroinnin avulla. Katkelmien yhteydessä mainitsen yrityksen nimen sulkeissa katkelman perässä, ellei se tule itse esimerkkitekstissä ilmi. Olen jättänyt yritysten nimistä pois niiden yhtiömuotoa määrittävät lyhenteet – mainittakoon, että suurin osa mukana olleista yrityksistä oli osakeyhtiöitä. Olen myös jättänyt tarkemmin erittelemättä ja kokoamatta yksittäisille yrityksille rakentuvat identiteetit ja niiden rakentamisen tavat. Tutkimuksen tavoitteiden kannalta ei ole olennaista, mikä yritys sanoo mitään ja miten sanomiset jakautuvat esimerkiksi toimialoittain. Tärkeämpää tutkimuskysymyksiin vastaamiseksi ja tutkimuksen tavoitteen saavuttamiseksi on tunnistaa, millaisia aineksia keskipohjalaisyrietykset ylipäättään voisivat toimintaympäristönsä identiteetin rakentamiseksi tarjota.

7.2 Keskipohjalaisyrietysten diskurssit

7.2.1 Toiminta-ajatukset ja muut yritysten toimintaansa ohjaaviksi nimeämät periaatteet

Aloitin yritysten tekstien tutkimisen mielestäni helpoimmasta päästä eli siitä, miten ne itse haluavat olemisensä ja tekemisensä kiteyttää – millaisia toiminta-ajatuksia tai -ideoita, arvoja tai toimintaa ohjaavia periaatteita ne itselleen ja omalle toiminnalleen määrittelevät. Osa ääneen lausutuista toiminta-ajatuksista liittyi yritysten tarjoamiin tuotteisiin tai palveluihin:

- 1) Toimintamme perusajatus on toimittaa asiakkaille omien toimipisteiden ja jälleenmyyjien kautta globaalisti tunnettuja, teknisesti arvostettuja ja laadukkaita tuotteita. (Jon-Hydro)
- 2) ...toiminta-ajatuksenamme on toimittaa markkinoille laadukkaita ja hinnaltaan kilpailukykyisiä leipomotuotteita. (Leivon leipomo)
- 3) Toimintaidea: kokonaistoimituksia hyvin hoidetulla jälkimarkkinoinnilla kylmälalalla. (Scancool)

Toiminta-ajatusta kuvattiin myös toiminnan tavoitteiden tai laadun kautta:

- 4) Toiminta-ajatuksemme on minimoida valmistusta asiakkaan tiloissa... (FineWeld)
- 5) Korkeatasoinen keskipohjalainen laatu ja nykyaikainen tuotanto-ajattelu ovat Linex-Boat Oy:n perusajatuksia...
- 6) Liikeideamme perustuu osaamiseen ja laatuun. (ST-Automation/Kokkolan Sähkötarvike).

Lopultakin vain muutama yritys nimesi toimintaansa ohjaavia arvoja tai toimintaperiaatteita. Yritysten ääneen lausumia toimintaa ohjaaviksi arvoiksi nimeämiä tekijöitä olivat rehellisyys ja uskottavuus, ammattitaito ja kehitysvalmius, innovatiivinen partnerius, kustannustietoisuus, ympäristön huomioiminen, asiakaslähtöisyys ja -tyytyväisyys, korkealaatuiset tuotteet, kannattavuus, kehittyminen ja uudistuminen sekä oikeudenmukaisuus. Muutama yritys kiteytti toimintaansa ohjaavia tekijöitä erilaisin motoin tai tunnuslausein tai nimeämällä vision – osa abstraktimmin:

- 7) Keskity olennaiseen. ...Paikallinen, nopea ja lähellä Sinua. ... (Canorama)
- 8) Häggblom on osa asiakkaidensa osaamista.
- 9) Sydämellä suunniteltu, laadulla tehty. ...Välittäminen on kova juttu. (Kannustalo)
- 10) Perinteitä, tuotantotaitoa ja laatua. (Leivon leipomo)
- 11) Ja perinne jatkuu... (Linex-Boat Oy)
- 12) Aina Tavoitettavissa! ...Visionemme on olla parhaita Pohjoismaissa ja Baltiassa asiakaslisäarvon tuottamisessa sekä tehokkuudessa. (Ahola Transport)

... osa konkreettisemmin:

- 13) Raikas ja puhdas sisäilma on sydämemme asia! (Psl Nykänen)
- 14) Perinteiset kahvileivät kaikkiin pöytiin – arkeen ja juhlaan ...Kotona tehty. Leivolla.
- 15) Visio: johtava kokonaistoimittaja kylmälalalla Suomessa. (Scancool)

ja osa sekä että:

- 16) Valitse HUR ja vastus on puolellasi.
- 17) Best-Hall kattaa kaiken!
- 18) Rakennamme taloja, mutta ensisijaisesti teemme Koteja. (Kannustalo)
- 19) Our Mission (:) We create welfare for our customers, employees and owners. We create value added for our customers by enabling and accelerating research, development and test processes. (Botnia Hightech)

Otokseen valikoitui muutama sellainen yritys, joka tiivistä kotisivullaan pariin lauseeseen sen, mitä tekee – eikä kerro toiminnastaan tai itsestään juuri mitään muuta lukuun ottamatta yhteystietojaan ja tuotteidensa tai palveluidensa sinänsä informatiivisia ja kattavia luetteloita. Tosin tuotetiedot voi myöskin luokitella eräänlaiseksi argumentoinniksi omasta osaamisesta, kuten myöhemmin tässä analyysissä tulee esille. Näissä tilanteissa usein kuva todella kertoo enemmän kuin tuhat sanaa: esimerkin 21 sivuilla pyöri videopätkä erilaisista kevyesti ilmassa sinne tänne leijuvista tuoreista hedelmistä ja vihanneksista tehden konkreettisesti selväksi sen, mitä hyvää yrityksellä on tarjottavanaan.

- 20) Pohjoismaiden Monituotteelta muovit eri käyttötarkoituksiin. Pohjoismaiden Monituote on vuonna 1983 perustettu kokkolalainen muovialalla toimiva yritys. (TUOTELUETTELO). Meiltä voit hankkia kyseiset tuotteet edullisesti. Ota yhteyttä, niin voimme tarjota juuri sinulle sopivat tuotteet. Palveluksessanne muovialan ammattilainen.
- 21) Meiltä tuoreet hedelmät ja vihannekset luotettavasti Pohjanmaan kauppoihin. (Himangan Perunapalvelu)
- 22) Oy Autoliike Nystedt Bilaffär Ab. Autotalo Sinulle ja perheellesi.

Burke (1969) puhuu siitä, kuinka yleisö saattaa toisinaan olla valmiiksi vastaanottavainen joko siksi, että toimija on karismaattinen tai esimerkiksi aikaisempaan toimintaansa perustuen maineikas, tai sen vuoksi, että hänen asiansa on riittävän kiinnostava saadakseen huomiota ja kiinnostuksen heräämään suuremmin argumentoimatta. Ytimekäs identifioituminen voikin kertoa siitä, että yritykset kokevat asemansa melko vakaaksi ja turvatuksi omalla toimialallaan. Esimerkiksi pitkään jatkunut toiminta, uskolliset asiakkaat ja toimiva (sosiaalista pääomaa kartuttava) yhteistyö muiden sidosryhmien kanssa on voinut vakiinnuttaa yrityksen aseman ja luoda sille sellaisen maineen – symbolista pääomaa (ks. Fuller & Tian 2006) –, että virallisia tiedotusväyliä paremmin yritystä palvelevatkin erilaiset epäviralliset viestintäkanavat. Tieto yrityksen palveluista ja tuotteista kulkee eteenpäin yhteistyökumppanien välityksellä. Toisaalta yritys itse voi olla tyytyväinen tällä hetkellä vallitseviin sidosryhmäsuhteisiin ja niiden laatuun – kuten silloin, kun asiakassuhteet ovat vakiintuneet niin, että erillinen markkinointi verkossa ei palvele yrityksen tavoitteita. Internetin sijaan muut välineet, kuten lehdet tai suoramarkkinointi, saattavat niin ikään olla yritysten ja niiden tärkeinä pitämien sidosryhmien kannalta tarkoituksenmukaisempia tiedotuskanavia.

Useimmiten yritykset kuitenkin lavensivat, konkretisoivat ja selvensivät toimintaperiaatteitaan ja omia tapojaan toimia joskus hyvinkin mielenkiintoisin ja hauskein tavoin teksteissään. Leipomoyrityksen tekstien laatija oli todella nähnyt vaivaa kehittäessään yrityksen tuotteisiin istuvia kielikuvia ja metaforia: ruutukuvioiset pelimiehen kiusauksiksi ja tavallista isommat amerikanserkuiksi kutsutut keksit herättävät uteliaisuuden ja halun tietää lisää – kokeilla ja maistaa. Muutamien yrityksen kohdalla tekstien monimielisyys oli livahtaa läpi tutkijan sormien ja johtopäätökset muotoutua liiankin paljon tutkimusasetelman ennako-oletuksia myötäileviksi. Vaikka tutkimus liittyy yritysten teksteistä välittyvään alueelliseen ja yhteiskunnalliseen merkitykseen ja vaikuttamisen mahdollisuuteen, haluun ja motivaatioonkin, sen kaltaisilla lausahduksilla kuin ”haluamme huolehtia siitä, että maa siirtyy tästä päivästä tulevaisuuteen” on kuin onkin maanrakennuskoneita valmistavan ja huoltavan yrityksen lausumana myös konkreettinen merkitys.

Tämän yritysten tekstien maailmaan johdattelevan alkutekstin jälkeen lähdän tutkimaan ja analysoimaan yritysten strategisissa teksteissään itselleen rakentamia identiteettejä, joilla yritykset pyrkivät vakuuttamaan tärkeinä pitämänsä sidosryhmät kyvystään ja halustaan vastata näiden odotuksiin – oli kysymys sitten tavaran tai palvelun tuottamisesta tai vaikkapa vastuullisesta toiminnasta. Teksteistä tutkin sitä, mitä yritykset itsestään sanovat – mikä niille niiden toiminnassa on niin tärkeää, että ne haluavat kertoa siitä muillekin. Yritysten korostamissa seikoissa rakentuvien diskurssien ja niitä rakentavien diskursiivisten yksiköiden tunnistamiseksi käytän retorista analyysiä. Toisekseen erittelen sitä, millaisia retorisia keinoja ne käyttävät saadakseen viestinsä välitettyä.

7.2.2 Neljä diskurssia

Keskipojajalaisten yritysten teksteissä rakentuu neljä niiden olemista ja toimintaa vahvasti kuvaavaa diskurssia. Näitä puhumisen ja olemisen tapoja esittelen seuraavassa tekstissä sitoen analyysini tekstikatkelmin ja niissä käytettyjä retorisia keinoja näkyväksi tehden yritysten omaan puheeseen. Käsitteillä ”keskipohjalaiset yritykset” tai ”yritys, yritykset” viitataan jatkossa tässä luvussa niihin yrityksiin, joiden tekstejä olen lukenut ja analysoinut tätä tutkimusta varten. Auki kirjoitetussa tekstissä viitataan esimerkkikatkelmiin maininnoilla ”esimerkki xx” tai ”esimerkissä xx”; suluissa käytän viitteenä pelkkää esimerkin numeroa (xx; xx-xx). Rakentumis-verbin synonyyminä käytän tässä luvussa kategorisoitumista ja asemoitumista.

7.2.2.1 Perinnesdiskurssi

Kokemus, perinteet ja niihin usein liittyvä monen sukupolven ajan saman perheen tai suvun hallussa jatkunut yritystoiminta olivat suurimmalle osalle yrityksistä tärkeitä identiteettiä rakentavia argumentteja. 25 mukaan valituista 35 yrityksestä määritteli itseään tavalla tai toisella toimintavuosien tai toimintansa keston tai jonkin sitä määrittelevän tekijän kautta. Toiminnan kesto sinänsä jo

oli monelle yritykselle mainitsemisen arvoinen asia. Tällä argumentoinnin tavalla pyrittiin kontekstista riippuen vahvistamaan sekä argumentoijan itsensä että argumentin luotettavuutta; esimerkeissä 23 ja 24 perustamis- ja toimintavuodet viittaavat suoraan yritykseen, esimerkissä 25 perustamisvuosi taas vahvistaa yrityksen argumenttia pitkistä perinteistä.

23) Harry ja Ingvald Tallqvist perustivat Ab Tallqvist Oy:n vuonna 1965.

24) Oy Kokkolan Sähkötarvike Ab on perustettu syyskuussa 1985.

25) Meillä on pitkät perinteet pelti- ja ilmastointialalta jo vuodesta 1964. (Psl Nykänen)

Numeroin tai sanallisesti tapahtuvaa määrällistä argumentointia saatettiin täydentää nimeämällä oma toiminta perinteikkääksi (25) ja korostamalla perinteiden merkityksellisyyttä oman toiminnan hallinnan kannalta (26–28). Esimerkissä 27 toiminnan jatkuvuuden merkitystä korostetaan ja argumentin vetoavuutta vahvistetaan metaforamaisen moton avulla.

26) Yli puolen vuosisadan toiminta erilaisessa ja huomattavasti muuttuneessa kuljetustoiminnassa on muokannut yhtiömme toimintaa vastaamaan tämän päivän tarpeita ja vaatimuksia. Viidessä vuosikymmenessä on yrityksestämme kehittynyt maantiekuljetusten monitaituri ... (Ahola Transport)

27) Jetta-talo - avaimia omaan kotiin yli 25 vuotta. Jetta-talolla on juuret syvällä pohjalaisessa rakentamisperinteessä. Sukupolvelta toiselle periytynyt käsityötaito ja ajanmukainen tuotantotekniikka synnyttävät jälkeä, joka täyttää vaativimmatkin tarpeet.

28) Finnmaster-veneitä valmistava Oy Finn-Marin Ltd on perustettu vuonna 1990. Yritys toimii Pohjanlahden rannikolla Kokkolassa. Alueella on pitkät veneenrakennusperinteet, jotka ovat myös Finnmastereiden innovatiivisen tuotekehityksen taustalla.

Toimintavuosin perusteltua argumenttia toiminnan perinteisyydestä vahvistettiin vuosien lisäksi kertomalla konkreettisista määrällisistä aikaansaannoksista niiden aikana, kuten esimerkissä 29.

29) Yhtiö on 30 vuoden aikana toimittanut yli 3000 varasto-, teollisuus- ja urheiluhallia kotimaisille ja kansainvälisille markkinoille. (Best-Hall)

Yritykset saattoivat kategorisoidua perinteikkääksi toimijaksi myös kuvaamalla toimintansa kehittymistä yksityiskohtaisena kertomuksena yrityksen syntyhetkestä tähän päivään saakka (30–31).

30) [Järvelän] Puutarha on perustettu rakentamalla ensimmäinen kasvihuone vuonna 1952, jolloin toiminta oli vielä pienimuotoista ja oli siihen aikaan vihannestuotantoa, joka käsitti myös avomaaviljelyksiä, enimmillään jopa 15 ha. 1975 ryhdyttiin rakentamaan nykyisiä kasvihuoneita ja siirryttiin pääasiassa koristekasvituotantoon, sekä kesällä muutamissa huoneissa kasvihuonekurkkuun. Toimintamme on laajentunut voimakkaasti. Olemme yrityksostoilla 90-luvulla ostaneet vähittäismyymälä Garden

Center-tyyppisen puutarhamyymälän Kokkolasta... Myöskin samoihin aikoihin osimme Kälviältä toisen kasvihuoneyrityksen, jota olemme laajentaneet sen jälkeen. ...

31) Harry ja Ingvald Tallqvist perustivat Ab Tallqvist Oy:n vuonna 1965. Vuoteen 1991 saakka yritys toimi avoimena yhtiönä, H&I Tallqvist nimellä, jolloin se muutettiin osakeyhtiöksi. Alkuvuoden yhtiön perustamiselle antoi sopimus polttonestekuljetuksista SP:n (Oy Teboil Ab) kanssa. Varsinainen kuorma-autoliikenne oli aloitettu jo vuonna 1952. Alkuvuosina yritys keskittyi lähinnä hiekka- ja polttonestekuljetuksiin. Ensimmäinen kaivinkone, Poclain LY2PM2, hankittiin vuonna 1971. Yritys on laajentunut niin, että tällä hetkellä käytössä on n. 70 erilaista maarakennus- ja kuljetusyksikköä. 1977 yritys rakennutti nykyaikaiset toimi- ja korjaamotilat Kokkolan Kvikantin kylään. Liikevaihto on kolmen viime vuoden aikana vaihdellut 8,5-13 milj. euron välillä. Vakituisesta henkilökuntaa yritys on samana ajanjaksona työllistänyt 70-90 henkilöä. Yrityksen kasvu on tapahtunut tasaisesti omilla investoinneilla ja muutamalla yritysostolla niin, että kuulumme tällä hetkellä maamme suurimpiin yksityisiin maarakennusliikkeisiin. Toiminta-alue on vuosien varrella laajentunut ja käsittää tällä hetkellä koko Suomen. ...

Historiaa elävöitetään esimerkeissä 30-31 konkreettisin yksityiskohtin sekä määrällistämällä. Konkreettisia toiminnan laajuutta ja kattavuutta havainnollistavia toimialan kannalta relevantteja yksityiskohtia ovat esimerkissä 30 "vihanneustuotanto, avomaaviljelykset, koristekasvituotanto" ja esimerkissä 31 "kasvu omilla investoinneilla ...hiekka- ja polttonestekuljetukset ...kaivinkone". Esimerkissä 30 käytetään argumentointia vahvistamaan lisäksi numeerista määrällistämistä "15 ha" ja esimerkissä 31 sekä sanallista että numeerista määrällistämistä: "enemmän ... kuin kukaan toinen, kuulumme maamme suurimpiin ...yli 80 vuotta, 70-90 henkilöä". Toiminnan mitattavin seikoin argumentoitu kehittyminen ja jatkuvuus on fakta, joka vahvistaa kuvaa toiminnan pitkistä perinteistä.

Olellaisena osana yrityksen historian ja kehittymisen kuvaukseen saattoi muiden yksityiskohtien lisäksi kuulua esimerkiksi useamman polven yrittäjäyys - esimerkissä 32 argumentointia vahvistetaan tällä kertaa motolla.

32) Perinteitä, tuotantotaitoa ja laatua. Nahkaa on jalostettu näillä samoilla seuduilla Kokkolan ympäristössä satoja vuosia. Kokkolan Nahka Oy:ssä käsityön perinne ja uusien tuotantoteknologiat lyövät kättä. ...Jo keskiajalla Kokkolanseudulta on viety vuotia ja vasikkannahkoja meritse rannikkokaupunkeihin hyvinkin laajalle. ...nahanvalmistuksen perinne sekä tieto ja taito on kulkenut isältä pojalle, mestarilta kisällille jo sukupolvien ajan.

Joskus useamman polven yrittäjäyys oli keskeinen sekä yrityksen historiaa että koko toimialaa kuvaava piirre tai määre. Historiastaan kertomalla yritys tuottaa samalla itsensä perheyrittäjänsä, vaikkei teksteissään itseään ääneen sellaiseksi nimittäisikään (33).

33) ...Sivert Lindkvist aloitti veneenrakennuksen...pojat Rude ja Sven tulivat mukaan ...Nykyisin kolmannen polven veneenrakentaja Olli Lindkvist johtaa yhtiötä. Nykyiseen ...venemallistoon on yhdistetty koko ammattitaito mikä suvulla on...oppi siirtyi pojalle ...Ja perinne jatkuu ...Kokkola niin kuin koko Pohjanmaan ruotsinkielinen rannikkoseutu on vuosisatoista laivojen ja veneiden rakennusaluetta. ...Kalastaja on itse kutonut verkkonsa ja veistänyt veneensä isiltä opitun taidon mukaan. ...erikoistuminen tunnettiin jo viime vuosisadalla. Näin kävi Sivert Lindkvistille, joka tunnettiin taitavana veneentekijänä. Häneltä tultiin kysymään venettä, ja niinpä hän lopulta päätti jäädä kokonaan niitä tekemään. .. syntyivät Sea Starit, joissa

...yhdistyy vuosikymmenien ammattitaito ja veneenrakennuksen perinteet ...Olli on itse aloittanut veneenteon lasikuitukaudella ...Ehkä seuraava sukupolvi taas muistelee, miten isät aikanaan vielä tekivät veneitä lasikuidusta. ...

Jokunen yritys taas kategorisoi itsensä perheyrietykseksi pitemmittä puheitta, jolloin toiminnan perinteikkyys tai sen merkitys ei kategorisoinnista vielä suoranaisesti käy ilmi. Toiminnan perinteisyys sen jatkuvuutena tai kehittymisenä tulee yritykselle merkityksellisenä tekijänä ilmi vasta kategorisoitumisen jälkeen, joko kehityskertomuksena tai ytimekkäämmin ilmaistuna (34–35).

34) Automyynti L. Lerbacka on perheyrietyks, joka on perustettu vuonna 1990. Keski-tyimme aluksi vain käytetyn auton kauppaan mutta vuonna 1998 aloitimme Skodalla uusien autojen myynnin. Seuraavana vuonna astui BMW kuvaan ja vuonna 2001 Honda.

35) Eskopuu Oy on ikkunoita ja parvekeovia valmistava perheyrietyks Keski-Pohjanmaalla. Eskopuu 1939–1999.

Useimmat itsensä perheyrietykseksi nimenneistä yrityksistä kuitenkin vahvistivat sekä perhe- että perinteisen toimijan kategoriaa erilaisin identiteetin kannalta relevantein yksityiskohdin (36–37).

36) Hietalahti ja Pojat Oy on perheyrietyks, joka on perustettu 1970-luvulla... Hietalahti ja Pojat Oy:n juuret juontavat 1960-luvun maanviljelyspientilalle. ...Kauko ja Terttu Hietalahti hankkivat traktori-kaivurin, jolla hankittiin perheelle lisätuloja. 1970-luvulla nuoripolvi halusi tehdä mieluummin kaivuritöitä kuin viljellä maata. 1980-luvulla veljeksistä vanhimmat perustivat omat yrityksensä konealalla. Nuoremmat veljekset Erkki, Simo ja Paavo laajensivat Kauko-isän kanssa yritystä betonialalle. ...1990-luvun loppupuolella Terttu ja Kauko luopuivat muutamista yhtiön osakkeista tuolloin tuli yhtiön osakkaaksi myös veljeksistä nuorin, Janne. ...2000-luvulla Terttu ja Kauko luopuivat yhtiön osakkuudesta kokonaan. ...

37) Kotona tehty. Leivolla. Perheyrietyksenä K. Leivon leipomo on riittävän pieni palvelemaan asiakkaitaan joustavasti ja läheisesti mutta silti riittävän suuri täyttämään asiakkaidensa tarpeet tehokkaasti ja luotettavasti koko Suomessa. Leivon kahvileivissä maistat perinteen ja palvelussa tunnet perheyrietyksen läheisyyden. ...Leivon kahvileipien salaisuus saapui Pietarista ja Helsingistä Pohjanmaalle talvella 1894, potkukelkalla, leipurimestari Lindströmin ja hänen pullapeltiensä mukana. Tänä leipurimestarin perinne jalostuu jo neljännen sukupolven voimin ...alan uusimmalla tekniikalla.

Toiminnan perinteisyys ja perheyrietyksmuoto yritysten korostamana toiminnan määreenä on jo itsessään arvokas ja erityinen asia – joskus myös yrityksen äänen lausumana (puhujakategoriolla oikeuttaminen) laadun ja yksilöllisenkin palvelun tae (38–39).

38) Perinteisten reseptien ja huolellisen kehitystyön tuloksena on syntynyt Leivon laatu, mureat korput, suussa sulavat kaneliässä, rapeat kauralastut sekä herkulliset Hanna-tädin kakut ja herrasväenleivät.

39) Kannustalon ammattilaiset ovat tehneet jo yli kaksi vuosikymmentä töitä sitä varten, että Sinun perheesi saa juuri sellaisen Kodin kuin on aina halunnut.

Perinteikkääksi toimijaksi voidaan kategorisoida myös viittaamalla alueen ja toimintaympäristön perinteisiin, vaikka itse yrityksen oma toiminta ei vielä kovin monen sukupolven yli ulottuisikaan. Alueen sukupolvelta toiselle siirtyneet perinteet elävät nuoremmassakin yrityksessä:

40) (...avaimia omaan kotiin jo 25 vuotta.) Jetta-talolla on juuret syvällä pohjalaisessa rakentamisperinteessä. Sukupolvelta toiselle periytynyt käsityötaito ja ajanmukainen tuotantotekniikka synnyttävät jälkeä, joka täyttää vaativimmatkin tarpeet.

7.2.2.2 Kumppanuusdiskurssi

Lähes puolet (15) tutkituista yrityksistä nosti strategisissa teksteissään yhteistyön, kumppanuuden ja verkostoitumisen esiin itselleen keskeisenä ja tavoiteltuna toiminnan tapana. Sen puolesta esitetyt argumentit kohdistuivat pääasiallisesti argumentin esittäjään. Yksinkertaisimmillaan yhteistyön tekemisestä ja yhteistyötahdosta osoituksena oli yrityksen kotisivuilla luettelo yhteistyötahoista ja myös useimmiten linkit näiden kotisivuille – luettelot olivat joskus useinkin sivun mittaisia. Linkkiluetteloiden lisäksi yritykset viestittivät haluaan ja tapaansa toimia yhdessä joko muiden yritysten tai muiden alueen toimijoiden kanssa esimerkiksi puhumalla itsestään kumppanina (41, 42) tai sellaiseksi ha luavana (43).

41) As your partner we provide: an innovative and unique service... (Botnia High-tech)

42) JA-KO Betoni on horjumaton kumppani joka tilanteessa.

43) Olemme etsimässä yhteistyökumppaneita, joiden kanssa olemme valmiita kehittämään laadukkaita tuotteita asiakkaiden erilaisiin tarpeisiin. (Hietalahti ja Pojat Oy)

Yhteistyön tekijäksi tunnustautumisen lisäksi kumppaniksi kategorisoiduttiin kertomalla muiden toimijoiden, kuten alihankkijoiden, kanssa yhteistyössä rakennetusta kapasiteetista tai mahdollisuuksista täyttää asiakkaiden toivomukset ja hoitaa omat tehtävät (44–45).

44) Yhteistyökumppanien avulla ja verkottumisella voimme hoitaa nopeasti myös suurempia kokonaisuuksia. (Kokkolan Autoilijat Oy)

45) Myymme ja valmistutamme erilaisia yritysasuja, ammattiasuista vapaa-ajantuotteisiin. Olemme erittäin kilpailukykyisiä johtuen kansainvälisestä hankinta-verkostostamme. (HW-Company)

Yhteistyöhalua ja yhteistyön tarpeellisuutta, eli kumppanin identiteettiä, perusteltiin sekä sidosryhmille että yritykselle itselleen koituvilla tai koituneilla hyödyillä – yrityksellä on myös omat intressit ojassa eikä se halua sitä peittää (46–48; ks. myös 44–45, 50):

46) ...kapasiteetti koostuu sekä omista kuljetusyksiköistä että ostetusta kuljetuskapasiteetista. ...Annamme toimittajillemme mahdollisuuden tuoda lisäarvoa asiakkail-

lemme meidän kanssamme. Tällä tavoin voimme yhdessä luoda pitkäaikaisia asiakassuhteita ja saavuttaa kannattavuutta. ... (Ahola Transport)

47) Monille yrityksille tavaroiden kuljettaminen on välttämätön kustannus. Me elämme sillä ja siksi teemme sen tehokkaimmalla mahdollisella tavalla asiakkaittemme eduksi. Rahtiliikenteen verkottumisella ...voimme vastata asiakkaittemme erilaisiin vaatimuksiin niin koko- kuin osakuormapuolella. ...Yhteistyökumppanien avulla ja verkottumisella voimme hoitaa nopeasti myös suurempia kokonaisuuksia. (Kokkolan Autoilijat)

48) ...Yhteistyökumppanien kanssa olemme Teille tiedon ja taidon lähettiläs, jonka osaamista Te hyödynnätte menestyäkseenne omissa haasteissanne. Tarjoamme ammattitaitomme ja osaamisemme Teidän käyttöönnne. Pitkäjänteinen palvelu, edelläkävijyys ja asiakkaan toiminnan ymmärtäminen ovat toimintatapojamme, joilla viemme liiketoimintaamme eteenpäin. Näin toimimalla jokainen meistä voi hyötyä, mutta se vaatii aitoa ja avointa tahtoa kehittämiseen ja yhteistyöhön. ... (Canorama)

Muiden yhteistyötahojen ohella asiakkaat saattoivat olla tai niistä ja niille saatettiin puhua myös yhteistyökumppaneina esimerkiksi rakentamalla konsensusta – ”me yhdessä rakennamme” (49). Joskus yritys yksilöi sekä yhteistyökumppanit että lisäksi sen, mitä se yhdessä heidän kanssaan voi saada aikaan, vahvistaakseen yhteistyön tärkeyttä oman toimintansa edellytyksenä (50).

49) Hyvät Asiakkaat! Ottakaa yhteyttä meihin rakentamisen merkeissä, niin ratkaisemme yhdessä ongelmat nopeasti ja vaivattomasti. (Tallqvist)

50) ...olemme kehittäneet palvelujärjestelmän, joka tukee konevalmistajien ja maanrakennuskoneiden käyttäjien tehokasta ja taloudellista toimintaa. ...Pitkäaikainen yhteistyö maanosamme johtavien maanrakennuskoneiden valmistajien kanssa on tuottanut innovaatioita ja teknistä osaamista ...Kumppanuutemme alkaa yhteisestä konesuunnittelusta ja se konkretisoituu räätälöityinä Häggblom-tuotteina, jotka toimittamme asennusvalmiina komponentteina asiakkaamme tuotantolinjalle ...Panostuksemme ...alan asiantuntijaverkostoon takaa tuotteittemme laadun ja palvelumme toimivuuden kaikkialla maailmassa. ...

Tunnustautumalla kumppaniksi ja kumppanuutta hakevaksi toimijaksi yritys samalla viittaa tasavertaiseen asemaansa sidosryhmien joukossa ja erilaisten sidosryhmien kesken. Yhteistyöstä ja tasavertaisuudesta kertoo niin asemoituminen samaan asemaan asiakkaan kanssa (49) kuin jonkun yrityksen tai esimerkiksi toimialalla arvostetun ja tunnetun ryhmän jäsenyysskin (51). Lajitoverien hyväksyntä ja halu yhteistyöhön käy asiantuntijalausunnosta, joka kertoo, että myös oman toimialan sisällä tai siihen läheisesti toiminnan kautta kytköksissä olevien toimijoiden parissa yritystä pidetään alansa arvokkaana edustajana ja haluttuna yhteistyökumppanina. Esimerkissä 52 yhteistyön laatu taataan sillä, että kumppanit ovat asiantuntijoita ja alan auktoriteetteja. Yritys viittaa myös yhteistyön pitkäaikaisuuteen: argumenttia kyvystä ja halusta yhteistyöhön vahvistetaan sekä asiantuntijalausunnolla että määrällistämällä.

51) Tuomme maahan mm. Ericsson kaapeleita ja Beha lämmittimiä yhdessä Pohjolan Sähkötarvikkeen kanssa. Myynti- ja markkinointiyhteistyötä on tiivistetty ja lisätty Joensuussa toimivan Karjalan Sähkötarvikkeen kanssa. .. Kokkolan Sähkötarvike kuuluu ST-Ryhmään jolla on toimintaa myös Helsingissä ja Joensuussa. ..

52) Suomalaisten HUR kuntoilulaitteiden suunnittelu perustuu Helsingin Teknillisessä Korkeakoulussa tehtyihin biomekaniikan tutkimuksiin. Työtä on jatkettu yli kymmenen vuotta kestäneessä tuotekehitysprosessissa yhdessä fysiologian ja biomekaniikan johtavien asiantuntijoiden kanssa. ...

Muiden alan ammattilaisten halu yhteistyöhön ja konkreettisesti toteutuneesta yhteistyöstä raportoiminen vahvistaa yrityksen asemaa ja asemoitumista omalla alallaan.

7.2.2.3 Kokonaisuuksien toimittaminen

Tutkituista keskipohjalaisyrityksistä 15 puhui teksteissään kokonaistoimituksista ja palvelujärjestelmistä tai -prosesseista. Ne kategorisoivat toisin sanoen itsensä sanavalinnoillaan kokonaistoimittajiksi tai kokonaispalvelun tuottajiksi. Kokonaisuuksien toimittamista voidaan ajatella yhtenä yhteistyön ilmentymänä. Kokonaistoimitus tarkoittaa esimerkeissä 53 ja 54 kirjaimellisesti sitä, että asiakkaan ei tarvitse kuin ottaa yhteyttä palvelun toimittajaan – loppu hoituu yhteistyössä asiakkaan toiveita kuunnellen (selvitetään yhdessä, kehitetään yhdessä).

53) Soita meille ja kerro, mitä aiot kuljettaa. Selvitämme yhdessä yksilölliset tarpeesi, suunnitellaan rakenteet ja tuotantoaikataulut ja ennen pitkää on taas menossa Tyllis tekemään tulosta...

54) Canoraman tuottama ja ylläpitämä ratkaisu on tehokkaassa käytössä – jokaisena työpäivänä. Asennuspalvelu. Asennuspalvelumme toimittaa tilaamasi ratkaisun – olipa kysymyksessä palvelinratkaisu, uusi monitoimilaite tai dokumentinhallinnan sovellus – virheettömästi käyttövalmiiksi asennettuina ja testattuina. Täsmällisesti haluamaasi käyttöpaikkaan, suunnitellusti ja sovittuun aikaan. ...Huolto- ja tukipalvelu ...Asiantuntijapalvelut. Asiantuntijamme ovat mukana aina tilannekartoituksesta konsultointiin, suunnitteluun ja käyttöönottamiseen saakka. Kartoitamme nykyisen järjestelmäympäristön perusteellisesti ja annamme kirjallisen, perustellun ehdotuksen järjestelmän kehittämiseksi. ...Maestro – teknisen palvelun järjestelmämme.. auttaa meitä entistä parempaan ja tehokkaampaan palveluun. Se antaa asiakkaallemme faktatietoa avuksi, kun tulevia laiteratkaisuja määritetään. ...Elinkaaripalvelut – ympäristön huomioiminen... Rahoituspalvelut ...voidaan katata niin yksittäinen laiteinvestointi kuin laaja kokonaisratkaisu ohjelmistoinen ja palveluineen. ...Me ...työskentelemme lujasti helpottaaksemme asiakkaiden valintoja, parhaan mahdollisen kokonaisuuden löytämiseksi. ...Olemme erikoistuneet toimistojen työkulun, tiedonhallinnan, tiedon säilyttämisen ja jakelun ratkaisuihin. Kehitetään yhdessä ratkaisuja Teidän tarpeisiinne!

Esimerkissä 53 kokonaistoimittajuutta argumentoidaan luettelolla, joka koostuu kahdesta konkreettisesta ja yhdestä abstraktimmasta yksityiskohtasta (selvitämme ...suunnitellaan ...Tyllis menossa tekemään tulosta). Esimerkissä 54 kuvataan tyhjentävästi konkretisoiden yksityiskohtien avulla, kuinka palvelu tai tuotekokonaisuuden tilaamalla sen tilaaja voi keskittyä omaan toimintaansa ja jatkaa sitä mahdollisimman pienin häiriöin luottaen siihen, että valmis kokonaisuus palvelee sen toimintaa parhaalla mahdollisella saatavissa olevalla tavalla. Yritys puhuu ”ratkaisusta” useampaan otteeseen ja puhuu sekä sen tuottamisesta että ylläpitämisestä – palvelukokonaisuus sisältää sen, että asiakkaasta huolehditaan vielä senkin jälkeen, kun tilaus on toimitettu. Ratkaisut ovat

”käyttövalmiita” – yritys hoitaa asennukset ja testaukset eikä rahoitus tai tilauksen suunnittelukaan ole (asiakkaan) ongelma. Samasta asiasta on kysymys myös esimerkissä 55, jossa

55) [p]alvelut rakentuvat merkkiriippumattomasta osaamisesta asiakkaan ongelmien ratkaisemiseksi. ...asiakkaan luona tehtävät laitteiden asennukset kuten työaseman, palvelimen, eri oheislaitteiden, käyttöjärjestelmien, sovellusten- ja päivitysten asennustyöt; käytöstä poistettavien laitteiden käsittely sekä tietojen siirto uudelle työasemalle joko verkosta tai vanhalta laitteelta; vanha laite voidaan tarvittaessa asentaa uudelleen käyttöön seuraavalle käyttäjälle ...Mallin mukainen esiasennus, ”kloonaus” [yksityiskohtainen kuvaus prosessista kuten edellä] ...tarkoituksena on toimittaa asiakkaan tilaamat laitteet ja ohjelmistot käyttökuuntoon asennettuina virheettömästi, testattuna ja kustannustehokkaasti. Näin yrityksesi henkilöstöresurssit vapautuvat asennustyöstä ja voivat keskittyä hoitamaan omaa liiketoimintaa. (K-Data)

Edellisessä esimerkissä kokonaisratkaisusta argumentointia vahvistetaan vielä kolmen listalla (virheettömästi, testattuna ja kustannustehokkaasti).

Muutamissa yrityksissä kokonaisuusien toimittamiseen viitattiin avaimet käteen- tai vastaavalla metaforalla (56–58). Yritykset korostivat sekä haluavansa että pystyvänsä täyttämään asiakkaiden toiveet ottaen huomioon sekä asiakkaiden yksilölliset toiveet ja tarpeet eli tarjoamiensa ratkaisujen tarkoituksenmukaisuuden asiakkaan näkökulmasta että mahdolliset turvallisuuden edellyttämät vaatimukset tuotteelle tai palvelulle. Toimintavalmiita ratkaisuja voidaan kehittää hyvin abstraktienkin tai vielä hahmottumattomien toiveiden täyttämiseksi (58).

56) ST-automation (Oy Kokkolan Sähkötarvike Ab:n itsenäisenä osastona) toimittaa avainvalmiita automaattioratkaisuja teollisuudelle.

57) Hietalahti ja Pojat Oy palvelee Sinua elementtien suunnittelussa, valmistuksessa ja asennuksessa. Yhtiö pystyy toimittamaan niin yksityiselle rakentajalle, maataloudelle kuin rakennusliikkeillekin hyvin kokonaisvaltaisen paketin aina pohjatöistä avaimet käteen urakkaan asti.

58) As your partner, Botnia Hightech aims for strategic thinking. Our turnkey solutions make your ideas a reality.

Esimerkissä 57 metaforaa (”kokonaisvaltainen paketti, avaimet käteen -urakka”) vahvistetaan kertomalla konkreettisesti esimerkein, mitä kokonaisuus yrityksille tarkoittaa niin toiminnan itsensä (kuten suunnittelu) kuin sen sidosryhmien (kuten yksityiset rakentajat) suhteen. Yksityiskohtien avulla vakuutetaan, että yritys voi tarjota erilaisia palvelu- ja tuotekokonaisuuksia asiakkaiden tarpeiden ja toivomusten mukaan. Kolmen listana esitetyt yksityiskohdat antavat riittävän näytön palvelun kattavuudesta ja kokonaisvaltaisuudesta niin itse toiminnan kuin sen kohderyhmienkin suhteen.

Esimerkeissä 59–61 lukijan luottamusta yrityksen kyvystä kokonaisvaltaiseen, räätälöityyn palveluun (kokonaistoimitukset, turnkey) vahvistetaan niin ikään useimmiten vähintään kolmen listana esitetyillä (suunnittelu, valmistus sekä asennus- ja huoltotoimet; huolto- ja korjaus, varaosamyynti, caravan-tarvikemyynti; alihankintatyö, yksittäiset koneenosat ja -kappaleet, koneistetut

osat) konkreettisilla yksityiskohdilla. Sen lisäksi niissä todetaan ykskantaan ääri-ilmaisua käyttäen kokonaisuuteen kuuluvan *kaikki se*, mitä asiakas itse katsoo tarvitsevansa ja mitä yrityksen toimialalla ylipäättään on mahdollista tarjota.

59) Kokonaisvaltainen palvelumme tarjoaa Teille kaikki kylmäteknikkaan liittyvät palvelut avaimet käteen -periaatteella suunnittelusta, valmistuksesta ja asennuksesta huoltoon saakka, sopimuksen mukaan. ...kokonaistoimituksia hyvin hoidetulla jälkimarkkinoinnilla kylmälalalla. ...International Cool Team (ICT) muodostettiin ...Oy Scancool Ab:n erilliseksi osastoksi ...ICT-osaston toiminta-ajatuksena on kokonaistoimitusten (turnkey / know-how) maailmanlaajuinen myynti, mikä tarkoittaa sitä, että hoidamme asiakkaan projektin suunnittelusta luovutukseen saakka.

60) Täältä löydät sekä uusia että käytettyjä asuntovaunuja ja -autoja sekä myös hevostrailereita. Meillä on myös kaikki tarvitsemasi caravan-tarvikkeet onnistuneen kesälomareissun takaamiseksi. Me edustamme karavaanituotteiden huippumerkkejä pitkällä kokemuksella. Tule tutustumaan niin voimme yhdessä katsoa sopivimman ratkaisun juuri sinun tarpeisiin. ...KABE ...Lord Münsterland Caravan (LMC) ...Dethleffs ...Meillä on luonnollisesti myös täydellinen huolto- ja korjaustoiminta, varaosamyynti sekä tietysti kaikki caravan-tarvikkeet maahantuontihinnoin.

61) Mesmec Oy Ab räätälöidyt tuotantojärjestelmät valmistetaan pääsääntöisesti avaimet käteen periaatteella sisältäen kaiken suunnittelusta ja valmistuksesta asennukseen ja huoltoon. ..Yritys on erikoistunut liha ja rehuteollisuudessa käytettäviin asiakkaan tarpeiden mukaan räätälöityihin järjestelmiin. Ympäristötekniikan saralla Mesmec Oy Ab toimittaa mm. MBP-biokaasupumppaamoja kaatopaikkakaasuille täydellisine keräysjärjestelmineen sekä jätevesipuhdistamojen lietesüiloja purkulaitteineen. Teollisuuden alihankintatöiden lisäksi suunnittelemme ja valmistamme myös yksittäisiä koneenosia ja kappaleita asiakkaan toivomusten mukaan ...erilaisia koneistettuja osia asiakkaidemme tarpeisiin. Valmiudessa oleva huoltoyksikkö vastaa teollisuuden erilaisiin huoltotarpeisiin.

Hieman lukutavasta riippuen myös esimerkin 62 kokonaistoimitusmetaforaa (edellä mainittu avaimet käteen -periaate) voidaan sanoa vahvistettavan ainakin kolmen listalla (hoidamme rekisteröintiin, katsastukseen sekä eri hyväksymisiin liittyvät toimet ja yhteydet). Joka tapauksessa siinä edellisen kolmen esimerkin tavoin vahvistetaan argumenttia ääri-ilmaisulla (jokainen).

62) Viemme avaimet käteen-periaatteen loppuun saakka: hoidamme rekisteröintiin, katsastukseen sekä eri hyväksymisiin liittyvät toimet ja yhteydet viranomaisiin ennen valmiin tuotteen luovuttamista. Teemme jokaisen Tyllis-perävaunun ja päällerakenteen täysin valmiiksi liikenteeseen.

Sanallisen määrällistämisen ohella yksityiskohtaista kuvausta yrityksestä sekä kokonaistoimituksiin että asiakas- ja tuotekohtaiseen räätälöintiin kykenevänä tavarantoimittajana havainnollistettiin erilaisilla tuotteen ja palvelun kannalta relevanteilla luvuilla, kuten esimerkissä 63 ja 64. Muutama yritys antoi kuvan puhua puolestaan; esimerkiksi referenssien joukossa saattoi olla kuvasarjoja toteutuneista kokonaisuudesta "ensimmäisestä valusta viimeiseen pihakiveen". Katkelman 64 vakuuttavuutta vahvistaa se, että siinä kuvataan yksityiskohtaista tiettyä asiakasta varten todellisuudessa toteutettavaa palvelukokonaisuutta, ei vain kykyä toimittaa. Pisteinä i:n päälle toimituksen kokonaisuudessa on taloudellisuuden ja samalla myös ympäristön huomioon ottaminen.

63) Akvaterm-varaajan avulla saat aina edullisimman energiaratkaisun ja runsaasti lämmintä käyttövetä - yhdestä paketista. ...Pientalotuotteet. ...Huom! Valmistus myös haluamienne mittojen ja materiaalien mukaisesti. ...Kiinteistötuotteet. ...Huom! Valmistus haluamienne mittojen ja materiaalien mukaan. ...Suunnittelijalle. ...Voimme valmistaa myös suunnitelmienne mukaisista mitoista, kuvista ja materiaaleista. ...Valmistamme myös pyytämienne mitoitusten, materiaalien ja paineiden mukaiset säiliöt. ...Akva-vakiovaraajan tilavuus on 300 - 4000 litraa. Myös suurempia kokoja valmistetaan tilauksesta. Eristeenä on 100 mm:n saumaton polyuretaani - vaihtoehtoisesti myös irrotettavana rakenteena ja aina teräslevykuorisena. Tilauksesta toimitetaan myös eristämätön korroosiosuojamaalattu varaaja. Ylemmässä käsiluukussa on vakiona lämminvesikierukka. Alaluukkuun on mahdollista asentaa lämminvesikierukka esilämmitykseen käyttövedelle tai lämmön talteenottoon aurinko- tai maalämpöön. ...

64) Oy Scancool Ab on solminut sopimuksen Ruokakesko Oy:n kanssa Vantaalla sijaitsevan logistiikkakeskuksen jäähdytyslaitteiden saneerauksesta. Oy Scancool Ab toimii kohteessa pääurakoitsijana vastaten koko työmaan toiminnasta. Kauppa käsittää täydellisen konehuonerakennuksen sisältäen sen vaatiman LVIS-tekniikan, 2 kpl Grasso FS PP 1100 NH3 ammoniakki liuosjäähdyttimiä (kylmäteho yhteensä 1500 kW), 3 kpl nestejäähdyttimiä ja lähes sata ilmanjäähdytintä varastotiloihin. Kohteen laajuutta kuvaa hyvin putkituksen määrä, RST-putkea tullaan asentamaan noin 3 kilometriä. Lisäksi Scancool toimittaa täydellisen kylmälaitoksen kaukovalvontajärjestelmän. Tehdasvalmisteisten Grasso liuosjäähdyttimien ansiosta laitoksen kylmäainetäyttö on erittäin pieni ollen vain 230 kg. Laitoksen suunnittelussa on pyritty mahdollisimman pieneen energiankulutukseen ja käyttövarmuuteen.

Esimerkissä 65 yritys kiteyttää metaforan avulla motoksi sen, mitä kokonaisvaltainen palvelu sille merkitsee tai mihin se on rinnastettavissa. Sen jälkeen se perustelee yksityiskohtaisesti, mitä toimintatapa sille käytännössä tarkoittaa ja miksi se haluaa toimia mottonsa mukaisesti - löytyypä tekstin lopusta myös kolmen lista.

65) Palvelu on ketju. Reilun 50 toimintavuotemme aikana olemme kehittäneet palvelujärjestelmän, joka tukee konevalmistajien ja maanrakennuskoneiden käyttäjien tehokasta ja taloudellista toimintaa. Maanrakennuskoneiden valmistukseen liittyvän konepajaosaisemamme lisäksi tuemme asiakkaitamme luotettavilla huolto- ja varaosapalveluilla. ...Häggbloom tuntee asiakkaansa ja on keskeinen osa asiakkaidensa menestystä. Häggbloomin palveluketju suunnittelusta ylläpitoon ja varaosatoimitukseen varmistaa, että maa siirtyy tästä päivästä tulevaisuuteen.

Yritys saattoi tuoda teksteissään esiin myös omia intressejään kokonaisuuksien toimittamiseen. Seuraavissa katkelmissa (66-67) yritys kuvaa yksityiskohtaisesti sitä, mistä sen palvelukokonaisuus rakentuu, ja perustelee haluaan kokonaisvaltaiseen palveluun kokonaistoimituksista sekä asiakkaalle että palveluntarjoajalle koituvilla yhteisillä eduilla (viimeksi mainitut alleviivattu). Argumentoijan asemaa ja argumenttia vahvistavat perustelut kietoutuvat toisiinsa:

66) Haluamme tuottaa lisäarvoa asiakkaillemme ja muille sidosryhmille tehokkaan kuljetus- ja logistiikkakonseptin avulla. ...On-line kuljetussuunnittelu tarkoittaa että voimme reaaliajassa suunnitella ja ohjata kuljetuskalustoamme. Meidän ei tarvitse ajaa kiinteitä reittejä, vaan asiakkaidemme kuljetustarpeet määräävät reittien kulun. Kuljetuskonseptissamme emme käytä terminaaleja vaan kuljetuslinkkiemme avulla pystymme suorittamaan kuljetukset suoraan lähettäjältä vastaanottajalle. ...Olemme yhdistäneet noudon, runkorahdin ja jakelun yhteen prosessiin. Tästä johtuen voimme hallita ja kontrolloida kuljetuksia, ja voimme näin taata asiakkaalle varman ja täsmällisen kuljetuksen. Tukeaksemme tätä toimintatapaa kehitämme omia konsep-

tiimme perustuvia IT-ratkaisuja. ...Suuri kuljetuskapasiteettimme yhdessä toimivan kuljetuskonseptin kanssa mahdollistaa päivittäisen noudon koko markkina-alueellamme asiakkaiden tarpeiden mukaan. ...Asiakkaan antamat toimeksiannot hoitaa aina yksi yhteyshenkilö alusta loppuun. Vastuuhenkilö suunnittelee kuljetuksen ja vastaa siitä niin kauan että lähetys on vastaanottajalla. Näin ollen asiakas voi aina puhua yhden ja saman henkilön kanssa kaikista asioista jotka liittyvät kuljetustoimeksiantoon. Tapamme toimia tuo koko kuljetusprosessiin täsmällisyyttä ja luotettavuutta. ...Haluamme olla tehokkain vaihtoehto asiakkaidemme kuljetus- ja logistiikkatarpeissa. Sillä että pidämme kokonaisvaltaisesti huolta asiakkaidemme tarpeista, varmistamme myös kilpailukyvyyn ja kannattavuuden. (Ahola Transport)

67) Best-Hall-rakenteet ovat osa asiakkaan yrityskuvaa. Suunnittelun lähtökohtana ovat hallin käyttötarkoitus sekä asiakkaan värimääritysten ja arkkitehtuurin ja visuaalisten elementtien asettamat vaatimukset. Best-Hallin värityksessä on useita eri väkioväri vaihtoehtoja. Erikoistilauksesta hallin väritys voidaan toteuttaa täysin asiakkaan väritoivomusten mukaisesti. Yrityksen tunnukset, tunnusvärit ja graafinen linjakkuus otetaan huomioon jo hallin suunnitteluvaiheessa. Best-Hall Oy:n kilpailukyky perustuu vahvaan kokonaisosaamiseen: Best-Hall vastaa hallin koko tuotantoprosessista; suunnittelusta tuotannon kautta asennukseen sekä tarpeen mukaan myös mahdollisista huolto- ja korjaustöistä. ...Best-Hall mitoitetaan aina paikallisille tuulija lumikuormille. Näin taataan rakenteen soveltuvuus käyttötarkoitukseen sekä varmistetaan rakenteen turvallisuus.

7.2.2.4 Asiantuntijuusdiskurssi

Perinteet, yhteistyö ja kumppanuus sekä kokonaisuuksien hallinta ja toimittaminen rakentavat yrityksestä kuvaa oman alansa hallitsevana ammattilaisena. Yritysten teksteissä on kuitenkin erotettavissa muutamia niiden korostamia asioita, jotka erityisesti tuottavat yrityksii oman toimialansa asiantuntijana. Asiantuntijuudesta – ammattitaidosta, oman alan hallinnasta ja osaamisesta – kertovat yritysten teksteissä niin asiakkaiden kuin näiden odotustenkin tunteminen, kiinnostus asiakkaiden tilanteisiin ja odotuksiin ja halu perehtyä niihin, keskittyminen ja erikoistuminen, toiminnan kehittäminen ja kehittyminen sekä toiminnan laatu ja luotettavuus. Argumentoinnin keinoja käytettiin vahvistamaan niin argumenttoijan asemaa kuin itse argumenttiakin.

Asiantuntijaksi kategorisoituminen

Osa yrityksistä rakentaa asiantuntijuuttaan nimeämällä itsensä ääneen alansa johtavaksi toimijaksi (68–71) tai muin eri tavoin alan parasta ammattitaitoa edustavaksi yritykseksi. Kategorisoitumista vahvistettiin kategorisoinnin tavan kannalta relevantein konkreettisin määrein ja sitä tukevin yksityiskohdin (71–73):

68) Ab Häggblom on Suomen johtava maanrakennuskoneiden alustojen valmistaja ja varaosatoimittaja...

69) Oy Kokkolan Sähkötarvike on perustettu syyskuussa 1985. Toimintakautenaan yritys on jatkuvasti kehittynyt ja vahvistanut asemansa ja tänä päivänä sitä voidaan pitää yhtenä maakunnan johtavana ja merkittävimpänä sähkötarvike- ja automaatiotukumyyjänä.

70) Mesmec Oy Ab on Suomen johtavia elintarvike- ja rehuteollisuuden prosessilaitteiden toimittajia. ...

71) Toteutunut yrityskauppa vahvistaa toimintaamme yhtenä Suomen johtavana, koko maan kattavana kylmälaitteiden toimittajana. Toimipisteemme sijaitsevat Kokkolassa, Pietarsaassa, Seinäjoella, Tampereella ja Tuusulassa. Huoltokorjaamomme toimivat Kokkolassa, Pietarsaassa ja Tuusulassa. (Scancool)

72) ...Keskityimme aluksi vain käytetyn auton kauppaan mutta vuonna 1998 aloitimme Skodalla uusien autojen myynnin. Seuraavana vuonna astui BMW kuvaan ja vuonna 2001 Honda. ...Olet sitten ostamassa uutta tai käytettyä autoa niin meiltä löydät huippumerkit ja tunnetusti hyvän palvelun. (Lerbacka).

73) Me edustamme karavaanituotteiden huippumerkkejä pitkällä kokemuksella. ...Caravan-Shop Forsberg Oy on perustettu vuonna 1980 jolloin aloitimme KABE asuntovaunumyynnillä. Vuonna 1985 tuli valikoimaamme myös Lord Munsterland Caravan (LMC) asuntoautojen ja -vaunujen edustus. Tänä vuonna (2006) tuli Dethleffs autot ja vaunut valikoimaamme. ...Valikoimastamme löydät myös Thule-hevostrailerit. ...

Asiakkaiden tunteminen

Ammattitaitoon kuuluu monen keskipohjalaisyrittäjän mielestä se, että yritys tietää, keitä sen asiakkaat ja millaisia heidän tarpeensa ja mieltymyksensä ovat tai voivat olla. Osoituksena asiakkaiden tuntemisesta yritys on esimerkiksi 74 luokitellut asiakkaansa ja vahvistaa yksityiskohtaisin kertomuksin, joukossa muun muassa kolmen lista, tuntevansa tietyn asiakasryhmän odotukset. Esimerkissä 75 luokittelu on viitteellisempää, mutta kuitenkin se antaa kuvan siitä, kenelle tuotteet on suunnattu; asiakkaiden odotusten tuntemista konkretisoidaan kolmen listalla (korput, pikkuleivät, piparit) (vrt. myös 74). Yritykset vahvistavat argumenttejaan luomalla konsensusta yli 30-vuotiaiden arvostuksista (74) ja vetoamalla suurten joukkojen yhteisiin näkemyksiin suomalaisista kahvitavoista, toisin sanoen kolmesta suomalaisen kahvipöydän suosikista (75).

74) Asiakkaat: Kuntosalit – Tyyliä ja tilan käytön tehokkuutta. HUR kuntoilulaitteet erottuvat muista niin tekniikaltaan, käyttömukavuudeltaan kuin laadultaankin. Varsinkin yli 30-vuotias asiakaskunta arvostaa paineilmavastuksen turvallisuutta ja HUR-laitteiden helppokäyttöisyyttä. Kuntoutuskeskukset ...Hotellit ja kylpylät ...Työpaikkaliikunta ...Ikääntyvien liikunta

75) K. Leivon leipomon tuotevalikoimasta löydät suomalaisen kahvipöydän suosikit: revityt ja leikatut korput, pikkuleivät ja piparit.

Asiakkaiden tuntemisesta kertoo sekin, että yrityksessä tiedetään, kenen tarpeisiin sillä on resursseja vastata – yritys tuntee sekä asiakkaansa että ne omat voimavaransa ja vahvuutensa, joita kukin asiakas arvostaa (76). Tällöin myös omat palvelut ja tuotteet voidaan eriyttää eri asiakasryhmien mukaan (77).

76) Häggblom on osa asiakkaidensa osaamista. Häggblom tuntee asiakkaansa ja on keskeinen osa asiakkaidensa menestystä. ...Maata ei rakenneta päivässä, mutta maanrakennuksessa jokainen työtunti on arvokas. Aikataulujen pitäminen edellyttää koneiden korkeaa laatua ja luotettavuutta. ...Pitkäaikainen yhteistyö maanosamme johtavien maanrakennuskoneiden valmistajien kanssa on tuottanut innovaatioita ja

teknistä osaamista, jotka tarjoamme asiakkaiden käyttöön. Kumppanuutemme alkaa yhteisestä konesuunnittelusta ja se konkretisoituu räätälöityinä Häggblom-tuotteina, jotka toimitamme asennusvalmiina komponentteina asiakkaamme tuotantolinjalle. Yhtiömme logistisesti ihanteellisen sijainnin ansiosta olemme lähellä korkealaatuisten materiaalien toimittajia sekä asiakkaitamme. ...

77) Akvaterm-varaajan avulla saat aina edullisimman energiaratkaisun ja runsaasti lämmintä käyttövetä - yhdestä paketista. ...Pientalotuotteet (luettelo eri malleista mittoineen).. Huom! Valmistus myös haluamienne mittojen ja materiaalien mukaisesti. Kiinteistötuotteet (luettelo tuotteista) ...Huom! Valmistus haluamienne mittojen ja materiaalien mukaan. ...Suunnittelijalle (yksityiskohtaiset malliluettelot tuotekokonaisuuksista mittoineen). ...

Esimerkissä 76 yritys vahvistaa toteamustaan asiakkaidensa tuntemisesta osoittamalla tietävänsä, mikä asiakkaiden toimialalla on keskeistä niiden menestymisen ja onnistumisen kannalta (aikataulut ja niiden pitäminen) ja miten se omalla toiminnallaan voi vaikuttaa asiakkaidensa menestymiseen (kumppanuutemme alkaa... ja konkretisoituu...). Sijaintinsa ansiosta yritys on lähellä keskeisiä sidosryhmiään. Asiakasryhmien mukaan eriytetyt palvelut ja tuotteet kertovat palvelun kattavuudesta ja asiantuntevuudesta (77; vrt. myös 74).

Esimerkissä 78 asiakkaan tunteminen on itse asiassa edellytys sille, että yrittäjä itse voi toiminnastaan jotakin hyötyä - "me elämme sillä" -, ja se osataan motivoi yrittäjää perehtymään asiakkaiden odotuksiin.

78) ... Viidessä vuosikymmenessä on yrityksestämme kehittynyt maantiekuljetusten monitaituri, jonka autot kuljettavat murskeen ja muun maa-aineksen lisäksi myös rahtia Suomessa ja ulkomailla. Pystymme tehokkaasti ja ajallaan toimittamaan oikean tuotteen oikeaan paikkaan, niin suurille kuin pienille työmaille. Käytämme kuljetuksissa aina oikean kokoista ja oikein varusteltua kalustoa. ...Monille yrityksille tavaroiden kuljettaminen on välttämätön kustannus. Me elämme sillä ja siksi teemme sen tehokkaimmalla mahdollisella tavalla asiakkaittemme eduksi. ... (Kokkolan Autoilijat)

Kun asiakkaat tunnetaan, argumentaatiossa voidaan keskittyä sellaisiin seikkoihin, joilla todella on merkitystä argumentaation aiheeseen perehtyneille. Asiaan voidaan silloin mennä hyvinkin suoraan kuten esimerkissä 79:

79) Tervetuloa Osuuskunta Keski-Pohjan Jalostuksen kotisivuille! Sivuiltamme löydän kaikki yhteystiedot, ajankohtaista tietoa osuuskunnan toiminnasta, hinnastot, käyttölistat sekä tiedotteet. Linkeistä löydät muiden keinosiemennysosuuskuntien kotisivut sekä muuta alaan liittyvää. Antoisia hetkiä sivujemme parissa!

Esimerkin 79 etusivun tervetulotoivotusta seuraavat yrityksen muilla sivuilla suorastaan häkellyttävän yksityiskohtaiset tiedot niin yrityksen tarjoamien palveluiden hinnoista (tilakäyntimaksut, siemennysmaksut, tiineystarkastukset, lisämaksu karsinasiemennyksistä "jos eläimet irti", pakkokellonaika...) kuin palvelun tuottamiseen tarvittavan raaka-aineen "lähteistä" sonni- ja karjulistoinen (Hyötylän Piuha, Mäkelän Royal, Huitin Bombay...). Yrityksen sivuilla esitellään myös yksityiskohtaisesti listoilla olevien eläinten sukupuut, tuotant ominaisuudet (rasvaprosentti, maito- ja rasvakilot...), hedelmällisyystiedot, rakenneominaisuudet (kinner, vuohinen ja utare) ja tuotteiden annoshinnat -

muun muassa. Ainoa kaikelle yleisölle selkokieline osio sivuilla on mainittu tervetuloivotus.

Kun yritys tuntee asiakkaansa ja tietää mitä he arvostavat, yritys voi esimerkin 79 tavoin rakentaa hyvin konkreettisen kuvauksen sekä omasta tavastaan toimia että tuotteidensa ominaisuuksista; samanlainen tilanne on esimerkiksi 80. Yritys voi myös laatia kertomuksen muodossa kuvauksen omasta käsityksestään asiakkaidensa mieltymyksistä ja onnistuneen toiminnan edellytyksistä (81). Kertomusta täydennetään luettelemalla asiakkaiden näkökulmasta relevanteiksi ajateltuja yksityiskohtia ja esimerkkejä siitä, mitä toivomuksia se voi täyttää ja miten se toimii ne täyttääkseen (ks. myös 76). Sekä esimerkissä 80 että 81 yritykset samalla perustelevat oman näkemyksensä siitä, miksi juuri niiden tuotteet ja palvelut sopivat asiakkaalle ja voivat vastata heidän odotuksiinsa.

80) Linex-Boat Oy:n uudenaikaiset tuotantotilat, nykyaikainen muottitekniikka ja motivoitunut henkilökunta tekevät Nord Star Patrolleista vahvan ja tyylikkään veneen vaativille asiakkaille. ...Nord Star 31 Patrollin menestyksen avaimet: käsinlaminointu vahva rakenne, avomeriominaisuudet, 2000-luvun muotoilu, walkaround kolmella ovella ja omassa veneluokassa ylivoimainen asuttavuus.

81) Skandinaavisen hirven nahka on joustava ja kuohkea materiaali ja sopii ominaisuuksiltaan parhaiten kenkiin, pukineisiin ja käsineisiin. Lisäksi sitä saa myös mokkanahaksi muokattuna tai haljaksena, joka sopii erityisesti työkasineiden raaka-aineeksi. ...Vuosittain Kokkolan Nahka käsittelee yli 70 000 lammasta. Kaikki käsityönä. Jotta asiakkaat saisivat juuri tilaamansa mukaisen nahkaerän. Sellaisen, joka ominaisuuksiltaan vastaa pukine- ja käsinteteollisuuden tarpeita, johon lampaan nahka ominaisuuksiltaan parhaiten sopii. -Cabretta-lampaasta muokattu nahka on helposti muokattavissa olevaa, pehmeää mutta samalla kestävä materiaalia josta pääasiassa valmistetaan käsineitä ja pukineita. -Vuodan käsittely eri työvaiheissa vie aikaa kahdesta neljään viikkoon. Jokainen vuota on oma yksilönsä, kahta täysin samanlaista ei ole. Siksi käsi ja silmä on konetta tehokkaampi kun tehdään laatua. - Naudan nappa on joustamatonta ja jämää, yleisesti kestävämpää ja tasalaatuista kuin muut. Siksi naudan nappa on todellista allround-materiaalia kaikkiin nahkatuotteisiin mutta erityisesti laukkuihin ja lompakkoihin. Naudasta valmistetaan myös Oily nubuc -vesipesunkestävää nahkaa, jota on helppo yhdistää kangaspukineisiin kuten metsästys- ja kalastusasusteisiin. ...On tärkeää tarkoin tietää nahkaerän käyttötarkoitus, jotta tiedetään kuinka erä käsitellään.

Vahva, tyylikäs vene - jonka valmistamisen edellytyksiä argumentoidaan kolmen listalla - tarkoittaa asiakkaille esimerkissä 80 muun muassa käsin laminointia ja avomeriominaisuuksia - ei siis esimerkiksi puuta pintamateriaalina tai soudettavuutta. Se on asuttavuuksineen suunniteltu ennen muuta pitempiaikaiseen merellä kulkemiseen esimerkiksi järvikalastuksen sijaan. Ammattislangi osaltaan kertoo siitä, että teksti on kohdistettu asiantunneville, yrityksen vaativiksi nimeämille asiakkaille, jotka tuntevat erilaisille veneluokille asetettavissa olevat realistiset vaatimukset sekä esimerkiksi käsin laminoinnin ja walkaroundin merkityksen merenkulussa ja veneilyn sujuvuudessa. Esimerkissä 81 yhtenäisen laadun tausta on käsityö sen sijaan, että koneiden avulla varmistettaisiin vaikkapa valmiin nahkan tasalaatuisuus. Hyvä lopputulos vaatii myös aikaa - nopean toimituksen sijaan asiakkaat arvostavat huolellista, perusteellista työtä ja osaavat ennakoida materiaalintarpeensa niin, että tavarantoimittajalle jää aikaa tehdä viimeistelyä työtä. Asiakas voi myös luottaa siihen, että tavarantoimittajan

toimittaja tietää, mikä nahka parhaiten sopii mihinkin tarkoitukseen. Sen lisäksi, että työn tekemiseen käytetään riittävästi aikaa (kahdesta neljään viikkoa) asiantuntemusta viestittää se, että vuosittain käsitellään kymmeniä tuhansia vuotia. Asiantuntijaksi asemoitumista vahvistettiin relevanttien konkreettisten yksityiskohtien ohella yrityksen toimintaa ja kapasiteettia kuvaavin numeroin (70 000 nahkaa, kahdesta neljään viikkoon, 130 kuljetusyksikköä) ja sanallisesti (kaikki, suuri, päivittäinen) määrällistämällä, kuten myös seuraavassa katkelmassa, jossa lukijan mielikuvitus saadaan liikkeelle haastamalla hänet mukaan määriin perustuvien metaforisten mielikuvien luomiseen:

82) Kuvittele kaksisataa kilometriä pitkä jono hirviä peräkkäin – yli 60 000 vahvakuntoista eläintä parhaassa talvikarvassaan. Sen määrän Kokkolan Nahka käsittelee ainutlaatuisia hirvannahkoja vuodessa.

Asiakkaiden arvostamaksi tiedetty asiantuntijuus syntyy käytännön työssä, mikä puolestaan takaa ammattitaidon, kuten myös seuraavassa esimerkissä ytimekkäästi ilmaistaan – osaaminen liittyy omaksuttuun kategoriaan vastaan sanomattomana itsestään selvyytensä, vaikkei sitä ääneen lausutakaan:

83) ...soita suoraan Leivolle. Meillä vastaa leipuri.

Esimerkissä 84 yrittäjä tietää asiakkaansa arvostavan kykyään vastata kokonaisuuksista täsmällisesti, varmasti ja ajallaan – juuri silloin ja siinä muodossa kuin asiakas palvelua tarvitsee.

84) Ahola Transport perustettiin 1955. Yritys on viimeisten vuosien aikana kehittynyt yhdeksi johtavista kuljetusten toimittajista Pohjoismaissa. ...Olemme yhdistäneet noudon, runkorahdin ja jakelun yhteen prosessiin. Tästä johtuen voimme hallita ja kontrolloida kuljetuksia, ja voimme näin taata asiakkaalle varman ja täsmällisen kuljetuksen. ...Kapasiteettimme koostuu yli 130 kuljetusyksiköstä. Ajoneuvomme ovat moderneja ja hyvin soveltuvia kuljetuksiin markkina-alueellamme. Suuri kuljetuskapasiteettimme yhdessä toimivan kuljetuskonseptin kanssa mahdollistaa päivittäisen noudon koko markkina-alueellamme asiakkaiden tarpeiden mukaan. ...

Esimerkissä 85 yrityksen sisällä vallitsee yhteisymmärrys siitä, mitä ja miten asioita hoidetaan (toteutamme ...ripeästi, täsmällisesti ja varmasti) – mitenkysymykseen vastataan myös kolmen listalla. Yrityksen viestittämä luottamus omaan henkilöstöön (osaavat ammattimiehemme, oma henkilökunta) ja voimavarojensa riittävyyteen sekä numeroin ja sanallisesti määrällistämällä argumentoitu toiminnan mittavuus (27 asentajaa, 5 milj. euroa, pieni tai suuri – meihin voitte luottaa, työkohteitamme on lukuisissa kaupungeissa) antanee myös yrityksen ulkopuolisille tahoille aiheutta luottaa yrityksen ja henkilökunnan ammattitaitoon.

85) Työllistämme 27 ilmastointiasentajaa ja liikevaihtomme on 5 milj. euroa. Toimitamme vaativia ilmastointiratkaisuja pääasiallisesti suurelle ja keskisuurelle teollisuudelle. Ammattitaitoinen henkilökunta ja huippu-laitteisto takaavat korkean laadun ja pitävät aikataulut! ...Toimitamme laadukkaat ilmastointiratkaisut ammattitaidolla ja joustavasti. Olipa kyseessä sitten pieni omakotitalo tai suuri teollisuuskohte, meihin voitte luottaa. ...Varastostamme löytyy myös: Ilmastointikoneet, pu-

haltimet, suodattimet, kanavat ja osat, päätelaitteet, ym. ...Kalustovalmius huippuluokkaa. Osaavat ammattimiehemme ja oikeat työkonet ovat laadun tae, se ei ole mikään salaisuus. Toteutamme vaativimmatkin työtehtävät aina ripeästi, täsmällisesti ja varmasti. Kapasiteettia ja toimitusvalmiutta löytyy kohteen koosta riippumatta. (KUVA) Kanttikone 6m, Tewe, 1984, 1,25 mm; (KUVA) Kanttikone 3m, Fasti, 1995, 1,5 mm; (KUVA) Särmäri 2m, Guifil, 1994, 6,0 mm ... (KALUSTOLUETTELO) ...Luotettavaa urakointia vaativiin kohteisiin. Työkohteitamme on lukuisissa kaupungeissa, kunnissa ja tuotantolaitoksissa n. 300 km sektorilla toimipaikastamme. Toimintaa tehostaa hyvä ja uudenaikainen ohutlevykonekanta ja tarpeeksi suuret toimitilat. Myös mittava (vakinaisesti 24 asentajaa) ammattitaitoinen henkilöstö antaa mahdollisuuden tehdä suuretkin urakat omalla henkilökunnalla. (REFERENSSILUETTELO). (Psl Nykänen)

Yritys viittaa sen sisällä vallitsevaan, muillekin kerrottavissa olevaan yhteiseen ymmärrykseen ja yleisesti tunnettuun tosiasiaan (ei ole mikään salaisuus), että yrityksen yksityiskohtaisesti kuvaamat resurssit, kuten henkilökunta ja kalusto, ovat kaikkien välttämättömäksi mieltämä edellytys laadun tuottamiseen ja luotettavaan toimintaan, ja niiden ansiosta kaikki ja kaikenlaiset asiakkaat voivat saada juuri sitä mitä haluavat juuri silloin kuin haluavat. Sen lisäksi kaluston konkreettinen nimeäminen kertonee ainakin asiantuntijayleisölle, että yritys käyttää tunnettuja, luottaviksi havaittuja työvälineitä, jotka takaavat toiminnan laadun ja luotettavuuden. Myös seuraavassa esimerkissä (86) yritys luottaa siihen, että asiakkaat tuntevat niiden kuvaamien yksityiskohtien merkityksen, joskin se varmistaa vielä asian konkretisoimalla mitä laatu on. Nimeäjä yritys vielä itse asiakkaansa ammattilaisiksi:

86) Panostuksemme korkeaan tuotantoteknologiaan, henkilöstömme osaamiseen sekä alan asiantuntijaverkostoon takaa tuotteittemme laadun ja palvelumme toimivuuden kaikkialla maailmassa. Häggbloom-yrityskumppanit ovat saaneet näkyvää aikaiseksi jo vuosikymmeniä. (REFERENSSILISTA) ...Polttoleikkauskoneiden tekniset tiedot: ohjaus CNC, suutinmäärä 6 kpl, työalue 3200mm x 10700; ohjaus CNC, suutinmäärä 4 + 1 Plasma, työalue 3850mm x 10100mm. ...Ab A Häggbloom Oy:n polttoleikkauslinjalla putoavat paksuimmat palat paikalleen. Yritys on suorittanut polttoleikkausta vuodesta 1979 alkaen. Yrityksemme kahdesta koneesta kummatkin ovat huippumoderneja CNC-ohjattuja. Kuudella suuttimella varustettu CNC-ohjattu poltin leikkaa vaivatta vahvaakin terästä tietokoneentarkasti. Valmistamme mm. maanrakennuskoneisiin erilaisia kulutusosia leikkaamalla ne Hardox, Weldox ja AR kulutusteräksistä, jotka vaativat ammattilaiset tuntevat. Asiakkaitamme ovat myös eri konevalmistajat sekä alueen monet yritykset. ...

Ammattitaitoon kuuluu kyky tunnistaa asiakkaan odotukset. Mieltymyksiä ei tarvitse tietää etukäteen. Alansa hallitseva yritys on kiinnostunut myös asiakkaiden muuttuvista tilanteista ja tarpeista. Taito perehtyä niihin ja uskallus kysyä ja kyseenalaistaakin niitä kertoo ammattilaisuudesta samoin kuin halu ja resurssit sitoutua asiakkaan odotuksiin (87-89). Esimerkissä 87 argumentoidaan asiakkaan toiveisiin sitoutumista osoittavalla ääri-ilmallisella vahvistetuilla yksityiskohdilla, esimerkissä 88 numeroin ja esimerkissä 89 sanallisesti määrällistämällä, mitä asiakkaan tunnistaminen tarkoittaa. Yrityksen koko voi olla toissijainen palvelun joustavuuden ja mahdollisuuksien kannalta; ainakaan se ei ole suoraan verrannollinen palvelukykyyn ja palvelun laatuun (89). Tunnistamista tukee sitoutuminen asiakkaan tilanteeseen ja tarpeisiin ja toiveiden tunnistamiseen.

87) Kannustalon ammattilaiset ovat tehneet jo yli kaksi vuosikymmentä töitä sitä varten, että Sinun perheesi saa juuri sellaisen kodin kuin on aina halunnut. ...Kannustalon laatu syntyy pienistä teoista; siitä miten herkkiä myyjä ja suunnittelija ovat kuuntelemaan asiakkaan toiveita; ...Kannustalon väki tekee omalta osaltaan kaikkensa, että Sinun perheesi saa juuri sellaisen kodin, kuin on aina halunnut. ...

88) On tärkeää tarkoin tietää nahkaerän käyttötarkoitus, jotta tiedetään kuinka erä käsitellään. Oheisesta taulukosta ilmenee eri raaka-aineista muokattavissa olevat, yleisesti käytetyt vahvuudet: Hirvi: 1,2-25 [mm] kengät; 0,7-1,2 [mm] pukineet; 0,1-1,0 [mm] käsineet; 1,0-1,2 laukut, lompakot. Lammas: 0,7-0,8 [mm] pukineet; 0,6-0,9 [mm] käsineet. Nauta: 0,6-1,0 [mm] pukineet; 1,2-2,0 [mm] kengät; ... (Kokkolan Nahka)

89) Tuotteiden lisäksi tunnistat Leivon laadun henkilökohtaisesta palvelusta. Perheyriytyksenä K. Leivon leipomo on riittävän pieni palvelemaan asiakkaitaan joustavasti ja läheisesti mutta silti riittävän suuri täyttämään asiakkaidensa tarpeet tehokkaasti ja luotettavasti koko Suomessa.

Keskittyminen ja erikoistuminen

Kolmasosa yrityksistä toi tavalla tai toisella teksteissään esiin erikoistumistaan takuuna ammattitaidosta ja oman alan hallinnasta (90).

90) Kokko-Fiber on lasikuituraaka-aineiden jälleenmyyjä jossa on erikoistuttu polyesterihartsiiin sekä siihen kuuluviin tuotteisiin. Tärkein asiakasryhmä on veneteollisuus. Yrityksen tärkeimmät myyntituotteet ovat polyesterihartsi, gelcoat/topcoat, roving, lasikuitumatot ja kerroslevyrakenteet. ...Tuotevalikoimaamme tänään kuuluu yli 400 eri tuotetta. ...Jotta voisimme vielä nopeammin palvella asiakkaitamme, vuonna 2006 hankittiin instint kone ja siihen liittyvä sekoittaja gelcoattia ja topcoattia varten. Tällä hetkellä on mahdollista tilata tietty väri esim. RAL-kartasta ja saada tuote valmiina jo samana päivänä. ...

91) Vuonna 1989 perustettu Mesmec Oy Ab on erikoistunut elintarvike-, rehu-, prosessiteollisuudessa käytettäviin asiakkaan tarpeiden mukaan räätälöityihin järjestelmiin. Muita tärkeitä osa-alueita ovat ympäristötekniikkaan kuuluvat materiaalinkäsittelyjärjestelmät sekä biokaasupumppaamot. ...Mesmec Oy Ab on Suomen johtavia elintarvike- ja rehuteollisuuden prosessilaitteiden toimittajia. ...(ASIAKASREFERENSSIT)

Esimerkissä 90 yritys kertoo erikoistuvansa tiettyyn tuoteryhmään ja ”myy” tuotteensa ja palvelunsa keskittymällä kertomaan täsmällisesti siitä, millaiset asiakkaan toivomukset ja odotukset se voi täyttää. Se vahvistaa asiantuntemustaan omalla toimialallaan tekstissä nimeämänsä kohderyhmän - veneteollisuus - kannalta relevantein sanavalinnoin, kuten gelcoat, topcoat ja RAL-kartta. Alaa tuntemattomalle ammattislangi ja sen merkitykset eivät välttämättä avaudu. Sen turvin kerrotut toimintaa kuvaavat yksityiskohdat vahvistavat argumenttia, joka puolestaan vahvistaa itse argumentoijan luotettavuutta. Esimerkissä 91 kerrotaan, mihin on erikoistuttu, käyttämällä hyväksi kolmen listaa (elintarvike-, rehu- ja prosessiteollisuuden järjestelmät). Asemaa erikoistuneena toimijana vahvistetaan edelleen nimeämällä itsensä alan asiantuntijaksi (johtava toimittaja). Erikoistuminen mahdollistaa räätälöinnin, mikä edelleen vahvistaa asiantuntijuutta. Esimerkissä 92 ääneen lausuttua erikoistumista (koristekasvi-tuotanto) vahvistetaan yksityiskohtien ohella erikoistumisen kannalta relevan-

tein toiminnan laajuutta osoittavin luvuin ja lopuksi vielä ääri-ilmaisun tuke-
mana.

92) 1975 ryhdyttiin rakentamaan nykyisiä kasvihuoneita ja siirryttiin pääasiassa koristekasvituotantoon, sekä kesällä muutamissa huoneissa kasvihuonekurkkuun. Toimintamme on laajentunut voimakkaasti. ...Yrityksemme käsittää 22 kasvihuonetta, joiden yhteinen pinta-ala on 25 000 m². Kasvatamme ympärivuotisessa tuotannossa noin 2 miljoonaa purkkia ja ruukkukukkaa. Työntekijöitä on ympäri vuoden 17 henkilöä. Lisäksi lisätyövoimaa sesonkiaikoina 17 henkilöä. Päätuotteita ovat äitienpäiväruusut, Ruusubegoniat, Krysanteemit sekä kesäkukan taimet ja syyskesällä tuomme ulkomailta kellokanervaa. Joulunaikana Joulutähdet, Hyasintit, Amaryllikset ja runsaasti kaikenlaisia koriasetelmia. ... (Järvelän puutarha)

Erikoistuminen voi olla hyvinkin laaja-alaista - yritys voi keskittyä oman toimialansa kokonaispalvelujen tuottamiseen. Seuraavassa esimerkissä (93) yritys kertoo ensin, mikä on sen erikoisalaa ja kuvaa sen jälkeen tuotteensa ja palvelunsa yksityiskohtaisesti painottaen niiden avulla sekä tietämyksensä ja osaamisensa syvyyttä että asiakkaiden erilaisten tarpeiden ja toiminnan konkreettisten pullonkaulojen tuntemista ja kykyä tunnistaa niiden vaihtelevia odotuksia. Lopullisesti asiantuntemuksen vahvistaa yrityksen sisällä vallitseva yhteisymmärrys siitä, miten asiakasta parhaiten palvellaan. Erikoistumista yleensä yritys painottaa kertomalla vielä toistamiseen oman erikoistumisensa alan.

93) Olemme erikoistuneet toimistojen työnkulun, tiedonhallinnan, tiedon säilyttämisen ja jakelun ratkaisuihin. Perustamme toimintamme paikalliseen hyvään palveluun ja korkeaan ammattitaitoon, lähellä asiakasta. Toimiston työntekijöiden lisäksi tietovirran ja siinä liikkuvan tiedon hallinta on vaativa tehtävä. Se on elintärkeä osa ja merkittävä kustannustekijä jokaisen organisaation toiminnassa. Canorama tuottaa ja ylläpitää sekä kehittää ratkaisuja, jotka parantavat asiakkaidemme kilpailukykyä ja antavat heille mahdollisuuden keskittyä omaan ydintoimintaansa entistäkin paremmin. ...Canoraman tuottama ja ylläpitämä ratkaisu on tehokkaassa käytössä - jokaisena työpäivänä. Asennuspalvelu. Asennuspalvelumme toimittaa tilaamasi ratkaisut - olipa kysymyksessä palvelinratkaisu, uusi monitoimilaite tai dokumentinhallinnan sovellus - virheettömästi käyttövalmiiksi asennettuina ja testattuina. Täsmällisesti haluamaasi käyttöpaikkaan, suunnitellusti ja sovittuun aikaan. ...Huolto- ja tukipalvelu... Asiantuntijapalvelut. Asiantuntijamme ovat mukana aina tilannekartoituksesta konsultointiin, suunnitteluun ja käyttöönottamiseen saakka. Kartoitamme nykyisen järjestelmäympäristön perusteellisesti ja annamme kirjallisen, perustellun ehdotuksen järjestelmän kehittämiseksi. ...Maestro - teknisen palvelun järjestelmämme.. auttaa meitä entistä parempaan ja tehokkaampaan palveluun. Se antaa asiakkaallemme faktatietoa avuksi, kun tulevia laiteratkaisuja määritetään. ...Elinkaaripalvelut - ympäristön huomioiminen ...Rahoituspalvelut ...voidaan katata niin yksittäinen laiteinvestointi kuin laaja kokonaisratkaisu ohjelmistoinen ja palveluineen. ...Me ...työskentelemme lujasti helpottaaksemme asiakkaiden valintoja, parhaan mahdollisen kokonaisuuden löytämiseksi. ...Olemme erikoistuneet toimistojen työnkulun, tiedonhallinnan, tiedon säilyttämisen ja jakelun ratkaisuihin. Kehitetään yhdessä ratkaisuja Teidän tarpeisiinne!

Asiantuntijuutta syventää myös mahdollisuus nimetä (maailmanlaajuisestikin) arvostettuja erikoistumisen mahdollistavia metaforisesti tasa-arvoisiksi kuvattuja yhteistyökumppaneita:

94) Toimimme itsenäisenä osastona Oy Kokkolan Sähkötarvike Ab:n alla ja olemme erikoistuneet automaatio- ja sähkösuunnitteluun. Liikeideamme perustuu osaamiseen ja laatuun. Jotta pystyisimme saavuttamaan nämä vaativat kriteerit olemme

päättäneet panostaa Siemens automaatiotuotteisiin. Tämä mahdollistaa, että meidän koulutettu ja kokenut henkilökuntamme pystyy keskittämään osaamisensa alan kehityksen kärjessä oleviin automaatiotuotteisiin. Siemens Automation & Drives Sales-Partnerina olemme yksi lenkki maailmanlaajuisessa automaatioketjussa.

Kehittyminen ja kehittäminen

Yritykset kertoivat teksteissään sekä kehittämisen ja kehittymisen halusta että toiminnan kehittämisen tavoista. Kyky ja halu kehittää toimintaa ovat osa oman alan hallintaa, tai joillekin yrityksille jopa sen perusta, kuten esimerkiksi 95.

95) Jatkuva kehitystyö ja asiakkaittemme tarpeiden ennakointi ovat korkealaatuisen palvelumme kulmakiviä. (JA-KO Betoni)

Esimerkissä käytetyn metaforan painoa lisää vertauskuvan ”tuttuus” ja sen myötä helppo ymmärrettävyys; metafora istuu kaiken lisäksi kuin hansikas yrityksen toimialaan, mitä ensilukemalla ei välttämättä edes huomaa. Hyvin istuvat metaforat ovat omiaan lisäämään argumentin ja argumentoijankin uskottavuutta hoksaavaisen yleisön silmissä (vrt. Jokinen 1999, 150).

Ammattitaidon huoltamisen puolesta puhuvat myös asiantuntijalausunnat, kuten laatujärjestelmien akkreditointi (96), ja sanallisella määrällistämällä (panostamme jatkuvasti) osoitettu tuotevalikoiman kehittämisen halu (97). Kehittämishalua osoittaa myös uusien, asiakkaita paremmin palvelevien työtapojen lanseeraaminen (98), jota argumentoidaan niin asiakkaan kuin yrityksen itsensäkin saamalla hyödyllä. Hyödyistä vallitsee yhteisymmärrys myös yrityksen sisällä, onhan puhujana koko yritys (tulemme entistä enemmän valmistamaan ...parantaaksemme työn laatua ...parantaaksemme paloturvallisuutta...).

96) Kokkolan autoilijat on ottamassa käyttöön vuoden 2003 aikana yhtiötä varten laaditun laatujärjestelmän/toimintakäsikirjan, joka pohjautuu ISO 9002 ja ISO 14001 standardeihin.

97) Panostamme asiakasläheiseen toimintaan, perehtymällä asiakkaan tarpeisiin, vastaamalla niihin tavalla, joka aikaansaa jatkuvuutta ja asiakastyytyväisyyttä. ... Panostamme jatkuvasti tuotevalikoiman kehittämiseen vastataksemme asiakkaidemme tämän hetkisiin ja tuleviin tarpeisiin. (Jon Hydro)

98) Tulevaisuudessa tulemme entistä enemmän valmistamaan putkistoja esivalmistushalleissamme. ...helpottaaksemme työnvalvontaa ja siihen liittyvää dokumentointia...parantaaksemme työn laatua... oikeat menetelmät ja prosessit paremmin käytettävissä... parantaaksemme paloturvallisuutta. .. (FineWeld)

Esimerkissä 99 ammattitaidon ylläpitäminen takaa yrityksen tärkeimmäksi nimeämän tavoitteen, asiakkaiden tyytyväisyyden ja luottamuksen saavuttamisen, minkä vuoksi se on olennainen ja vakiintunut osa yrityksen toimintaa. Sanallisesti määrällistävää argumentointia – huomattavasti, jatkuvasti – täydennetään kuvaamalla konkreettisin yksityiskohdin, mitä kaikkea oman alan hallinta pitää yrityksen mielestä sisällään. Siihen kuuluvat niin ammattitaitoinen, tuotteet hallitseva henkilökunta kuin palvelun sujuvuuskin. Esimerkissä 100 samoilla keinoin vakuutetaan lukijat siitä, että ammattitaidon kehittäminen on

tärkeää yritykselle nimenomaan asiakkaiden edun ja heidän saamansa palvelun tähden – ja myös asiakkaan oman kehittymisen vuoksi. Kehittämisen edut ovat yhteiset: asiakkaat saavat mitä haluavat, kun yritys pitää itsensä, tuotevalikoimansa ja työntekijänsä ajan tasalla.

99) Asiakkaidemme tyytyväisyys ja luottamus on Canoraman tavoitteista tärkein. Panostamme huomattavasti ja jatkuvasti henkilöstömme ammattitaitoon, palveluidemme toimivuuteen ja joustavuuteen. Canoraman palveluverkosto on laaja ja henkilöstö koulutetaan uusien tuotteiden ja ratkaisujen teknisiin ominaisuuksiin sekä käyttömahdollisuuksiin ja hyötyominaisuuksiin. Ammattitaitoinen ja tehokas palvelu on asiakkaidemme luottamuksen ja tyytyväisyyden perusta.

100) ...Toimintakautenaan yritys on jatkuvasti kehittynyt ja vahvistanut asemansa ja tänä päivänä sitä voidaan pitää yhtenä maakunnan johtavana ja merkittävimpänä sähkötarvike- ja automaatiotukkimyynninä. ...Teollisuusympäristö Suomessa muuttuu nopeasti ja yrityksen on pysyttävä joustavana pysyäkseen markkinoiden vaatimuksen mukana. Jatkuva koulutus ja säännölliset yhteydet päämiehiin pitävät yrityksen henkilökunnan ajan kehityksen kärjessä. Yrityksen kaksitoistahenkkinen asiantunteva henkilökunta pitää huolen siitä, että myös asiakkaamme pysyvät kehityksensä mukana. (Kokkolan Sähkötarvike)

Kun yritys tuntee olemassa olevat ja potentiaaliset asiakkaat odotuksineen, kuvaukset omista tuotteista ja niiden kehittämisestä voivat olla hyvinkin yksityiskohtaisia sanallisine ja numeerisine määrällistämisineen ja tuotteen tai palvelun konkretisointeineen. Toiminnan kehittämistä kuvaavat tekstit voidaan osoittaa tietyille, tunnetulle ja yrityksen tarjoamien tuotteiden ja palveluiden kannalta otolliselle kohderyhmälle. Ammattislangin osaava käyttö voi olla omiaan vahvistamaan yrityksen asemaa asiantuntijana sille tärkeän kohderyhmän keskuudessa. Asemoitumista voidaan vahvistaa viittaamalla asiantuntevan lukijakunnan arvostamiin asiantuntijalausuntoihin ja sen keskuudessa vallitsevaan konsensuskseen yrityksen asiantuntemuksesta (101).

101) Nord Star 28 Patrol – asuttavin ja ylellisin walkaroundvene luokassaan! Linex Boat Oy toi syksyllä 2004 markkinoille uudenaikaisen ympärikäveltävän monitoimiveneen, jossa on makuupaikat kuudelle kolmessa eri hytissä, salongissa merinäköaloin seitsemän istumapaikkaa sekä kunnollinen WC ja keittiö. Kansitilat ympäri veneen ovat korkeatasoista Nord Star-luokkaa. Veneeseen saa myös ns. ”takayläohjaamon”. Meriominaisuuksista vastaa Nord Star veneiden runkosuunnittelija Rude Linkvist, jonka kynästä on lähtenyt maailman merille tuhansia nopeita moottoriveneitä. Testeissä sekä käytännön veneilyssä Nord Star 28 osoittautui odotusten arvoiseksi. Nord Star 28 on otettu markkinoilla vastaan todella hyvin. Veneitä on tilattu hyvin kaikilla markkina-alueilla. ...Linex- Boat Oy rakentaa uuden kokoonpanotehtaan Kälviän Peltokorpeen, joka sijaitsee Kokkolan ja Kälviän välissä. Veneiden loppukasaus, uusi varasto ja konttorit saavat käyttöönsä 2450 m². Uusi tehdas tulee edustamaan viimeisintä venerakennusteknologiaa. Myös henkilökunnan viihtyvyyteen on panostettu huomattavasti; mm. squash-kenttä, kuntosali yms. Nykyinen Kälviän keskustassa sijaitseva tehdas muutetaan kokonaan laminointi ja esikasaus käyttöön. Näin Nord Star veneitä tehdään ensi syksystä lähtien noin 4000 neliömetrin tiloissa. Nord Star 24, 28 ja 31 veneitä tullaan näissä tiloissa tekemään noin 130 kpl vuosittain.

Esimerkissä 101 useat alan harrastajat jakavat yrittäjän näkemykset tuotteen laadusta ja osoittavat sen konkreettisesti: ”otettu markkinoilla vastaan todella hyvin; tilattu hyvin kaikilla markkina-alueilla”. Tuotteen havaitseminen hyväksi testeissä ja käytännön veneilyssä viittaa niin ikään asiantuntijoiden lausun-

toihin. Toiminnan kehittymisen kuvauksessa käytetään sellaista kieltä – walkaroundvene, Nord Star -luokka laadun takeena, takayläohjaamo – joiden merkitys ja sisällöt avautunevat parhaiten veneilyä harrastavalle tai siitä muutoin kiinnostuneelle yleisölle.

Laatu ja luotettavuus

Yli puolet yrityksistä halusi erityisesti korostaa toimintansa laatua ja luotettavuutta osana ammattitaitoaan. Erilaiset asiantuntijalausunnot ovat yrityksille tärkeitä merkkejä toiminnan kehittämisen halusta ja ammattilaisuudesta ja sen myötä toiminnan luotettavuudesta ja laadusta. Miltä tahansa asiantuntijana pidetyltä taholta peräisin olevat lausunnot luovat konsensusta. Niiden avulla yritys voi osoittaa, ettei se ole näkemyksineen yksin, vaan sen ammattitaidosta ja osaamisesta ollaan samaa mieltä monella, sekä yrityksen itsensä että sille tärkeiden sidosryhmien arvostamalla tahoilla. Esimerkiksi erilaisia sertifiointeja voi pitää eräänlaisena ammattislangina, joiden käytännön merkityksen ymmärtää parhaiten kyseessä olevaa toimialaa muutoinkin tunteva yleisö (vrt. edellä 101; ks. myös 79) – muille niiden voima piilee enemmän sertifiointin myöntäjän tai itse sertifikaatin synnyttämässä laatumielikuvissa (102, 103).

102) Yrityksellä käytössä sertifioidut standardit ISO-9001/2000 ja hitsauksen SFS-EN 729-2, (Inspecta Oy 2006). (Hietalahti ja Pojat)

103) EP-ikkunoilla on SFS-merkintäluupa ...Eskopuu Oy on kehittänyt rakennusten palonsuojaukseen E130-luokkaan tyyppihyväksytyt, avattavan puualumiini-ikkunan. ...

Ammattitaitoa vahvistavista asiantuntijalausunnoista käyvät myös erilaiset tutkinnot, jotka kertovat ulkopuolisten tahojen hyväksymästä ja tunnustamasta, ”standardoidusta”, ammattitaidon tasosta siinä kuin sertifiointitkin. Määrillä voidaan lisäksi osoittaa niin ammattitaidon kattavuus kuin erikoistuminenkin (104).

104) The employees are highly trained experts. Most of us have advanced degrees and are experienced in our field. (Botnia Hightech)

Riippumattomien, institutionalisoituneiden asiantuntijoiden lausuntoja saatettiin kuvata yritysten teksteissä joskus hyvin yksityiskohtaisesti (105).

105) Sertifioitu laatujärjestelmämme täyttää standardissa SFS-EN 729-2 esitetyt laatuvaatimukset. Sertifiointi mahdollistaa 97/23/EY (PED) määrittämien painelaitteiden valmistuksen säädösten mukaisesti. Kemikaaliputkistojen valmistuksessa sovellamme vähintään I-luokan vaatimuksia. Painelaitedirektiivin mukaiset vaatimusten arviointimenettelyt ja niiden yhdistelmät: – Luokkaan I moduuli A; – Luokkaan II kuuluvat työt, arviointimenettelyn moduuli A1; – Luokkaan III ja IV kuuluvat työt, moduulit G tai B1+F. (FineWeld)

Esimerkissä 106 yksityiskohtaista kuvausta täydennetään konkretisoimalla laatuvaatimusten käytännön vaikutuksia yrityksen toimintaan.

106) Jatkuvan kehityksen varmistamiseksi Ahola Transport on ottanut käyttöön integroidun toiminnanohjausjärjestelmä laatu- ja ympäristötyölle. ...Jotta pystyisimme vastaamaan asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin tulevaisuudessakin, kehitämme toimintatapojamme jatkuvasti. ...Jo usean vuoden ajan Ahola Transportilla on ollut käytössään ISO 9001:1994 standardin mukaan laadittu laatuja järjestelmä. Yhtenä askeleena koko toimintamme kattavan toiminnanohjausjärjestelmän jatkuvassa kehitystyössä olemme vuoden 2004 alussa päivittäneet laatuja järjestelmämme vastaamaan uusittua laatustandardia ISO 9001:2000. Det Norske Veritas on sertifioinut laatuja järjestelmämme. ...Vuonna 2002 Ahola Transportille myönnettiin ympäristösertifikaatti ISO 14001. Tärkeimmät painopistealueet ympäristötyössämme ovat nostaa autojen täytöstä, vähentää polttoainekulutusta sekä lisätä yhteistyökumppaneiden tietoisuutta ympäristöasioissa.

Puolueettomat asiantuntijalausunnat ovat monelle yritykselle välttämätön, muttei mielestäni vielä riittävä ammattilaisuutta ja asiantuntijuutta vahvistava tekijä. Ne ovat laadun tausta mutteivät silti takaa erityistä tai kilpailijoista poikkeavaa laatua. Arkikielellä ja yleisesti ymmärrettävillä käsitteillä argumentointi - miksi sertifiointeja on hankittu ja mitä hyötyä niistä sekä yritykselle itselleen että myös asiakkaalle on - avaa niiden merkitystä ja saattaa myös vahvistaa puolueettomien asiantuntijalausuntojen voimaa argumenttina (107).

107) Laatuja järjestelmämme on hitsauksen laatuvaatimuksia koskevan standardin SFS-EN 729-2:1995 mukainen. Tätä työkalua sovellamme päivittäisessä työssämme ja kaikissa yritystoiminnassamme sekä uusien kylmälaiteasennuksien että huoltopalvelujen kohdalla. Yrityksemme on sertifioitu sertifikaatin 116698B01 mukaan, joka koskee LVISKA-alan kokonaistoimituksia elintarvike- ja prosessiteollisuudelle. Viranomaisten vaatimukset täyttävä toiminta. Onnistuneen toimintamme edellytys on että kaikki viranomaisluvut ja -oikeudet ovat voimassa. (Scancool)

Lasken asiantuntijalausuntoihin kuuluvaksi myös asiakkailta saadut referenssit. Referensseillä osoitetaan, että asiakkaiden näkemyksiä arvostetaan. Toisaalta niiden maininta osoittaa myös, että niiden arvellaan olevan potentiaalisten asiakkaiden ja muiden sidosryhmien arvostamia. Erityisesti referenssit vaikuttavat arvokkailta sellaisten yritysten sivuilla, joiden omat toiminnan kuvaukset rajoittuvat muutama riviin. Referenssejä voisi pitää jonkinlaisena puolueettomana vertaisarviona ja -arvostuksena tai asiaan ja alaan perehtyneiden toimijoiden kesken ymmärrettävänä ammattislangina (vrt. esimerkit 79, 101).

Asiantuntijalausuntojen lisäksi yritys saattoi kategorisoida ja vahvistaa asemoitumistaan laadun toimittajana laadun kannalta relevantein numeroin määrällistävällä kuvauksella tuotteistaan ja toiminnastaan ja sen laajuudesta. Muutama yritys mainitsi tekstissään erillisistä ympäristö- tai muista vastuullisesta toiminnasta kertovista raporteistaan tai nimesi erikseen vastuun ympäristöstä, hyväntekeväisyyden tai kestävästä kehityksestä huolehtimisen yhdeksi laatuun rakentavaksi tekijäksi. Tästä esimerkkinä ovat katkelmat 108–110 (vrt. myös 106, jossa esimerkin 109 yritys konkretisoi ympäristötyönsä arkipäiväisyyttä kolmen listalla - nostaa ...vähentää ...sekä lisätä ...). Vastuuta ympäristöstä viestittää myös esimerkin 111 yritys, vaikka ensisijainen tavoite on ehkä vakuuttaa lukija yrityksen kyvystä ja halusta räätälöidä tarjoamansa palvelut ja tuotteet asiakkaan toiveiden mukaisesti. Toimintatavan yksityiskohtaista kuvasta vahvistetaan toistolla.

108) Best-Hall on vaativien PVC-katettujen teräsristikkorakenteisten hallien toimittajana laatujohtaja. Yhtiö on yli 30 vuoden aikana toimittanut yli 3000 varasto-, teollisuus- ja urheiluhallia kotimaisille ja kansainvälisille markkinoille. ...Vuodesta 1993 lähtien yhtiön toiminta on perustunut sertifioituun ISO-9001-laatujärjestelmään sekä kestävän kehityksen periaatteisiin. ...Tänä jouluna olemme lahjoittaneet joulukortteihin varatun summan kaivon rakentamiseen, kehitysmaiden vesihuollon turvaamiseksi. ...Dun & Bradstreet Finland Oy - Luottoluokitus. ...Best-Hall Oy on pysynyt AAA-luottoluokassa yhtäjaksoisesti yli 10 vuotta. Tähän samaan on yltänyt ainoastaan 33 suomalaista yritystä.

109) ...Ahola Transport julkaisee vuosittain ympäristöraportin josta selviää kuinka hyvin olemme yltäneet asettamiimme tavoitteisiin.

110) Jetta-talo säästää luontoa jo valmistusvaiheessa. Luonnonmateriaalit, puu ja sen jalosteet, hyödynnetään tarkasti ekologista ajattelutapaa noudattaen. Laadukkaat materiaalit ovat myös kestäviä. Luonnonvaroja säästyy kun rakennetaan kerralla kunnolla ja markkinoiden lämpimin seinärakenne säästää kallistuvaa lämmitysenergiaa.

111) Pystymme tehokkaasti ja ajallaan toimittamaan oikean tuotteen oikeaan paikkaan, niin suurille kuin pienille työmaille. Käytämme kuljetuksissa aina oikean kokoista ja oikein varusteltua kalustoa. (Kokkolan Autoilijat Oy)

Toiminnan laadusta ja luotettavuudesta kertoo virallisten ja epävirallisten asiantuntijalausuntojen, yksityiskohtaisen toiminnan ja esimerkiksi yrityksen sisäisen yhteisymmärryksen ohella henkilökohtainen sitoutuminen tekstissä nimettyihin toimintatapoihin (112).

112) Koti on tärkeintä elämässä. Kannustalon ammattilaiset ovat tehneet jo yli kaksi vuosikymmentä töitä sitä varten, että Sinun perheesi saa juuri sellaisen Kodin kuin on aina halunnut. Kunnia-asiamme on rakentaa jokainen käsistämme lähtevä talo sillä huolellisuudella ja välittämällä, jonka Koti ansaitsee. ...Työntäyteiset vuosikymmenet ovat osoittaneet meille sen, että pienen talotehtaan tärkeimmät menestystekijät ovat toimintaperiaatteisiin sitoutunut ammattitaitoinen henkilökunta sekä panostaminen kaikessa laatuun. Meille ei riitä se, että käytämme tuotteissamme parhaita materiaaleja. Kannustalon laatu syntyy pienistä teoista; siitä, miten herkkiä myyjä ja suunnittelija ovat kuuntelemaan asiakkaan toiveita; millainen on seinäelementtien ja pystytyksen työnjälki tai miten ripeästi joku vastaa puhelimeen ja selvittää asian, kun työmaalta tulee kysyttävää. Välittäminen on laatua. Se, että asiakkaan asioita hoidetaan niin kuin rakennettaisiin itselle Kotia. ...Messuvoittaja Ainola ...Onnela ...Rauhala ...Aurora ...RTS-tutkimus valitsee Kannustalon julkisivut Suomen kauneimmaksi ...Talouselämä lehden kasvuyritys ...AAA-luottoluokitus ...Asiakastyytyväisyydessä Kannustalo kuuluu viiden kärkeen kaikissa tyytyväisyyttä mittaavissa ominaisuuksissa. ... LTT-tutkimuksen ja Kauppalehti Option järjestämässä Suomen parhaat työpaikat 2003 -kilpailussa Kannustalo sijoittui 20 parhaan yrityksen joukkoon.

Seinäelementtien, kattotuolien tai talopakettien sijaan toimitetaan suurempi, enemmän merkityksiä sisältävä kokonaisuus, koti. Yritys viestittää ammattitaitoaan puhumalla kulttuurisesti arvostettujen ominaisuuksien rakentaman asiantuntijuuden oikeuttamana – kannattava, vakavarainen (luottoluokitukset) ja kehittyvä (kasvuyritys) sekä oman alansa johtava (asiakastyytyväisyys, messuvoittaja), asiantunteva yritys. Sen lisäksi asiantuntijuutta vahvistavat yrityksen kyky ja halu asettua asiakkaan asemaan ja miettiä tuotteensa ja palvelunsa merkityksiä tämän perspektiivistä käsin. Esimerkissä 113 asiakkaan kannalta olen-

naista yksityiskohtaisesti kuvatussa ”kuljetustapahtumassa” on, että hänen tarvitsee vain antaa tehtävä toimeksi; yritys huolehtii lopusta.

113) Kilpailukykyinen yritys-konsepti ei synny hetkessä. Kun Helge Ahola, 1950-luvun keskivaiheessa, osti ensimmäisen kuorma-autonsa, hän tuskin pystyi kuvittelemaan sitä kehitystä, joka sittemmin on toteutunut. Toiminnan aloittamisesta lähtien määrätietoinen työskentely on kehittänyt Ahola Transportista nykyaikaisen ja tehokkaan kuljetusyrityksen. ...Yritys on viimeisten vuosien aikana kehittynyt yhdeksi johtavista kuljetusten toimittajista Pohjoismaissa. ...Henkilökohtainen kontakti. Asiakkaan antamat toimeksiannot hoitaa aina yksi yhteyshenkilö alusta loppuun. Vastuuhenkilö suunnittelee kuljetuksen ja vastaa siitä niin kauan että lähetys on vastaanottajalla. Näin ollen asiakas voi aina puhua yhden ja saman henkilön kanssa kaikista asioista jotka liittyvät kuljetustoimeksiintoon. Tapamme toimia tuo koko kuljetusprosessiin täsmällisyyttä ja luotettavuutta. Yhteyshenkilömme hallitsevat asiakkaiden kielen, mikä helpottaa sekä asiakkaiden yhteydenottoa että meidän työtämme.

Puolueettomien viranomaislausuntojen ja asiakasreferenssien ohella luotettavaksi ja laatua tuottavaksi yritykseksi identifioiduttiin tarkentamalla ja täsmenämällä yrityksen kuvaa osin asiantuntijoille suunnatulla alan slangilla, osin aivan arkikielelläkin. Toiminnan laajuutta kuvattiin luettelemalla yrityksen hallussa olevia resursseja, kuten ammattitaitoinen henkilökunta tai tarkoitukseensa sopiva, monipuolinen konekanta (114). Räätelöinti on laatua ja samalla niin ympäristön (oikeankokoinen kalusto) kuin asiakkaankin (säästää asiakkaan aikaa, vaivaa ja rahaa sekä takaa vuosienkin päästä toimivat ratkaisut) näkökulmasta vastuullista toimintaa:

114) Joustavuus on vahvuutemme. ...Pystymme tehokkaasti ja ajallaan toimittamaan oikean tuotteen oikeaan paikkaan, niin suurille kuin pienille työmaille. Käytämme kuljetuksissa aina oikean kokoista ja oikein varusteltua kalustoa. ...Rahtiliikenteen verkottumisella ja panostuksella informaatiotekniikkaan voimme vastata asiakkaittemme erilaisiin vaatimuksiin niin koko- ja osakuormapuolella ...Kokkolan, Kruunupyyn ja Lohtajan kunnan alueilta löytyy Kokkolan Autoilijat Oy:n omistuksessa olevia maa-, sora- ja kallioalueita lähes 100 ha. Näiltä alueilta pystymme joustavasti ja tehokkaasti palvelemaan asiakkaiden eri tarpeita lähes 40 sora-autoyksiköllä. ...Henkilöstön ammattitaito ja opastus auttaa asiakkaita saamaan ...oikeaan paikkaan, oikeaan aikaan, oikein mitoitettuna kalustolla. ...Talorakentamisen perustuksiin ja täyttöihin on Kokkolan Autoilijat Oy:llä oikeanlainen kalusto niin kaivamiseen kuin maan ja kiviainesten kuljettamiseen. Oikealla tavalla mitoitettu kalusto säästää asiakkaidemme aikaa, vaivaa ja rahaa. ...Tarjoamme kiviainesten, konetyön ja kuljetuskalustomme kautta kokonaisedullisuutta yhdistettynä huolellisella toteutuksella, joka näkyy vuosienkin jälkeen toimivina rakennusratkaisuuina.

Resursseja saatettiin kuvata hyvinkin yksityiskohtaisesti sanoin ja kuvin sekä määrällistään ja ainakin asiantuntevalle yleisölle ymmärrettävin kategoriain. Yrityksen sisäisestä yhtenäisyydestä ja keskinäisestä luottamuksesta laadun taakana kertoo esimerkissä 115 tapa puhua koko yhteisön nimissä – koko yritys on sanojen takana (**me** teemme ja toimimme) – sen lisäksi, että palvelut vielä erikseen nimetään laadukkaiksi ja luotettaviksi.

115) Yrityksemme kuuluu SFS-Inspecta Sertifiointi Oy:n valvontaan ja sille on myönnetty SFS-tarkastusmerkin käyttöoikeus. ... Yhtiömme päätuotteita ovat betonielementit. Suurimman ryhmän muodostavat julkisivuelementit erilaisine pintavaihtoehtoineen. Seinäelementtien pintavaihtoehdot: (TUOTELUETTELO); Teollisuuselemen-

tit (TUOTELUETTELO); Taloelementit (TUOTELUETTELO); ...Yksi yrityksemme toiminta-ajatuksista on tarjota asiakkaillemme laadukkaita palveluita. Palvelemme Teitä rakennus- ja rakennesuunnittelussa. Insinööriemme monipuolinen kokemus antaa käyttöönnne lukuisia toimivia toteutusmahdollisuuksia. Monipuolinen kalustomme tarjoaa Teille luotettavan toimituksen. Asennusryhmämme asentaa tuotteet nopeasti ammattitaidolla. Halutessanne toimitamme Teille myös saumauksen, ikkunoiden ja ovien asennuksen sekä erikseen sovitut asennustyöt. Maansiirtotyöt 30 vuoden kokemuksella. Nosturityöt tilauksesta. (Hietalahti ja pojat)

Paikallisuus asiantuntijakategorian vahvistajana

Ammattitaidosta, oman alan hallinnasta ja toiminnan laadusta puhuttaessa mainittakoon erikseen muutamien yritysten teksteissään esiin nostama paikallisuus. Tällä tarkoitan yrityksen kotipaikkakunnan tai -maakunnan mainintaa muuallakin kuin yhteystiedoissa. Itse asiassa melkein puolet yrityksistä viittasi niihin tavalla tai toisella; kotipaikka tai -seutu on syystä tai toisesta niille niin merkityksellinen tekijä, että se halutaan mainita tekstissä. Kotiseutuun ja kotipaikkakuntaan kiinnityttiin esimerkiksi nimen perusteella, kuten tekevät muun muassa Kannustalo, Kokkolan Nahka, Kokkolan puhelin ja Kokkolan Sähkötarvike. Osa yrityksistä mainitsi kotipaikan tai kotiseudun tai laajemman toimintaympäristön, vaikkei muutoin kovin vuolaasti toiminnastaan olisikaan ker-tonut (116–118).

116) Kokko Fiberin perusti vuonna 1994 Stefan Brännkärr joka toimii nykyään toimitusjohtajana. Yritys sijaitsee Kokkolassa osoitteessa ...jossa yritys on toiminut alusta lähtien.

117) Pohjoismaiden Monituote Oy on vuonna 1983 perustettu kokkolalainen muovialalla toimiva yritys.

118) Himangan Perunapalvelu Oy. Meiltä tuoreet hedelmät ja vihannekset luotettavasti Pohjanmaan kauppoihin.

(Keski)pohjalaisiin juuriin saatettiin viitata arvona sinänsä (119), laadun takeena (120–122) ja määreenä (123) tai niin sanotusti ajan tasalla pysymisen takaajana (124).

119) Yrityksemme juuret ovat syvällä Keski-Pohjanmaalla. Meillä on pitkät perinteet pelti- ja ilmastointialalta jo vuodesta 1964. ...Toimitamme vaativia ilmastointiratkaisuja pääasiallisesti suurelle ja keskisuurelle teollisuudelle. ... (Psl Nykänen)

120) Vanhan ja uuden kohtaamisesta syntyy talojemme ainutlaatuinen tunnelma. Siihen tarvitaan myös huolella mietittyjä yksityiskohtia, tinkimätöntä laatua sekä paras-ta pohjalaista puusepäntaitoa. (Kannustalo)

121) Jetta-talolla on juuret syvällä pohjalaisessa rakentamisperinteessä. Sukupolvelta toiselle periytynyt käsityötaito ja ajanmukainen tuotantotekniikka synnyttävät jälkeä, joka täyttää vaativimmatkin tarpeet.

122) Jo keskiajalla Kokkolanseudulta on viety vuotia ja vasikannahkoja meritse rannikkokaupunkeihin hyvinkin laajalle. Siksi Kokkolan Nahka Oy:ssä nahanvalmistuksen perinne sekä tieto ja taito on kulkenut isältä pojalle, mestarilta kisällille jo sukupolvien ajan.

123) Korkeatasoinen keskipohjalainen laatu ja nykyaikainen tuotantoajattelu ovat Linex-Boat Oy:n perusajatukset, joita Lindkvistin perhe yhtiössä vaalii. ...Kokkola niin kuin koko Pohjanmaan ruotsinkielinen rannikkoseutu on vuosisataista laivojen ja veneiden rakennusaluetta. ...Linex Boat Oy rakentaa uuden kokoonpanotehtaan Kälviän Peltokorpeen, joka sijaitsee Kokkolan ja Kälviän välissä. ...Nykyinen Kälviän keskustassa sijaitseva tehdas muutetaan kokonaan laminointi ja esikasauskäyttöön.

124) Finnmaster-veneitä valmistava Oy Finn-Marin Ltd on perustettu vuonna 1990. Yritys toimii Pohjanlahden rannikolla Kokkolassa. Alueella on pitkät veneenrakennusperinteet, jotka ovat myös Finnmastereiden innovatiivisen tuotekehityksen taustalla.

Huomio kiinnittyy jo tässä vaiheessa siihen, että kaikki yritykset eivät puhu erityisesti Keski-Pohjanmaasta vaan ylipäättään pohjalaisesta perinteestä ja sen merkityksestä omille tekemisille. Pk-yritysten kohdalla puhuttiin sidonnaisuudesta toimintaympäristöön: mikä oikeastaan on yrityksille relevantti toimintaympäristö? Tähän palaan diskussiossa (luku 9).

7.3 Empiirisen analyysin strukturointi

Tutkimuksessa on mukana 35 Keski-Pohjanmaalla toimivaa pien- ja keskisuuriseksi yritykseksi EU:n komission suositusten mukaan määriteltävää yritystä luvussa 3 kuvatuin varauksin ja rajauksin. Tutkimuksen aineistona on yritysten kotisivut. Empiirisessä analyysissä tavoitteena on analysoida sivuilla rakentuvia pääasiallisia diskursseja ja niissä konstruoituvia identiteettejä. Diskurssien tunnistamiseen käytän potterilaista analyysiä Jokisen ym. (1999) tapaan soveltaen. Potter (1996, 99–103) kiinnittää analyysissään huomiota argumenttien kehittelyn ja diskurssien rakentumisen ja niiden rakentaman todellisuuden lisäksi siihen, miksi argumentit vaikuttavat ja vakuuttavat ja mitä niillä tuotetaan. Huomio siis kiinnitetään toimintaan ja sen seurauksiin sekä siihen, mitä argumentoinnilla tavoitellaan (vrt. Jokinen ym. 1999, 127, 131). Diskurssien tunnistamisprosessin kuvaamiseksi ja havainnollistamiseksi olen valinnut yritysten teksteistä 124 katkelmaa edustamaan yritysten itsensä ja oman toimintansa kuvailemiseksi käyttämään retoriikkaa ja retorisia keinoja ja retoriikassa rakentuvia merkitysten kokonaisuuksia eli diskursseja. Katkelmia on valittu kaikkien tutkimuksessa mukana olleiden yritysten sivuilta; joltakin yritykseltä on mukana vain yksi, suurimmalta osalta kuitenkin useampia esimerkkejä.

Yritysten teksteistä oli tunnistettavissa neljä niiden toimintaa ja olemista organisoivaa (vrt. Rajanti 2006; ks. myös esim. Jokinen ym. 1993, 17) diskurssia. Kaikkein vahvimmin yritykset konstruivat itsensä asiantuntijaksi. Asiantuntijuusdiskurssia rakensi yritysten teksteissä asiakkaiden tunteminen ja näiden tarpeiden tunnistaminen, keskittyminen ja erikoistuminen johonkin tuote- ja palvelukokonaisuuteen tai sen osaan, oman toiminnan kehittäminen ja kehittyminen ja toiminnan laatu ja luotettavuus. Näistä neljästä asiantuntijuutta argumentoivasta osadiskurssista sekä asiantuntijaksi kategorisoitumisesta olen koonnut asiantuntijuusdiskurssia rakentavan merkitysten kokonaisuuden, josta

puhun asiantuntijan identiteettinä. Asiantuntijaksi kategorisoitumisesta voidaan puhua myös retorisenä keinona (puhujakategoriolla oikeuttaminen), mutta sellaiseksi nimettynä tapa ei mielestäni saa oikeutta yritysten toimimisen tapaa kuvaavana määreenä. Asiantuntijaksi kategorisoituminen ei ole keskipohjalaisyrityksille vain argumentoinnin keino muiden joukossa vaan itse päämäärä, yritysten tapa olla – asema, jota kaikin, myös muin kuin luvussa 4 kuvatuin keinoin pyritään vahvistamaan. Siitä voisi puhua myös kyseenalaistamattomana, institutionalisoituneena valtakurssina (vrt. Jokinen ym. 1993, 76–77).

Asiantuntijuusdiskurssin lisäksi teksteissä rakentuvat kolme muuta diskurssia on tunnistettavissa sekä itsenäisinä että myös alisteisina asiantuntijuudelle. Tällä tarkoitan sitä, että ne osaltaan rakentavat ja vahvistavat asiantuntijan identiteettiä. Tämä seikka puhuu sen puolesta, että asiantuntijuus ei ole yrityksille siinä määrin rikkumattoman kyseenalaistamaton institutionalisoitunut itsestään selvyys, etteikö sitä katsottaisi tarpeelliseksi vahvistaa kaikin tavoin. Kolmen muun teksteissä rakentuvan identiteetin voi sanoa rakentavan asiantuntijuutta yritysten retoriikan ja edellisessä kappaleessa kuvattujen asiantuntijuutta rakentavien ”osadiskurssien” tavoin. Koska ne kuitenkin erottuivat myös vahvasti omiksi kokonaisuuksikseen, halusin analysoida ja nimetä ne asiantuntijuudesta erillisinä merkitysten kokonaisuuksina. Yleisin muista konstruoinnista tavoista oli puhe perinteistä, toiminnan jatkuvuudesta, pitkäikäisyydestä tai muutoin toiminnan kestosta. Perinteitä korosti tavalla tai toisella tärkeänä toiminnan ja toimintatapojen määreenä 25 yritystä. Tämän diskurssin ja sitä rakentavat puheen tavat olen nimennyt perinediskurssiksi ja diskurssissa rakentuvan identiteetin perinteikkääksi toimijaksi. Erikseen teksteistä erottuivat vielä tasavahvoina yhteistyön ja kumppanuuden merkitystä korostava kumppanuusdiskurssi (15 yritystä) ja kokonaisuuksien toimittamista ja kokonaisratkaisuja painottava diskurssi (15 yritystä) (taulukko 4). Kaksi viimeksi mainittua identiteettiä olen nimennyt yhteistyökumppaniksi ja kokonaistoimittajaksi.

TAULUKKO 4 Erilaiset kategorisoitumisen tavat

Asiantuntijat	35
Perinteikkäät toimijat	25
Yhteistyökumppanit	15
Kokonaistoimittajat	15

Identiteettejä siis rakentuu enemmän kuin yrityksiä. Tämä selittyy sillä, että useat yritykset konstruoivat itsensä useammalla kuin yhdellä tavalla omista teksteistään. Kaikkiaan seitsemän yritystä rakensi itsensä niin asiantuntijaksi (A), perinteikkääksi toimijaksi (P), yhteistyökumppaniksi (Y) kuin kokonaistoimittajaksikin (K). Kolmella tavalla itsensä kategorisoi 11 yritystä: seitsemän yritystä rakentui asiantuntijaksi, perinteikkääksi toimijaksi ja yhteistyökumppaniksi; kaksi asiantuntijaksi, perinteikkääksi toimijaksi ja kokonaistoimittajaksi; ja toiset kaksi asiantuntijaksi, yhteistyökumppaniksi ja kokonaistoimittajaksi. Kahdella tavalla asemoitui 13 yritystä; asiantuntevia perinteikkäitä toimijoita oli yhdeksän ja asiantuntevia kokonaistoimittajia neljä. Yhteen identiteettiin, asiantuntija-kategoriaan, tyytyi neljä yritystä (taulukko 5).

TAULUKKO 5 Identiteettien yhdistelmät

A + P + Y + K	7
A + P + Y	7
A + P + K	2
A + Y + K	2
A + P	9
A + K	4
A	4
yht.	35

Retorisista keinoista suosituin yritysten keskuudessa oli omaa toimintaa koskevien yksityiskohtien kuvaaminen. Toimintaa kuvaavat yksityiskohdat olivat joko luettelomuodossa, kuten erilaiset tuoteluettelot, tai ne sisältyivät juonelliseen, esimerkiksi yrityksen toimintaa tai historiaa kuvaavaan kertomukseen. Konkreettisia yksityiskohtia terästettiin useimmiten sanallisesti tai numeroin määrällistämällä. Yksityiskohtien ja määrällistämisen kintereillä tulivat sitten konsensuksen luominen ensisijaisesti asiantuntijalausunnoin – erilaisin sertifikaatein ja referenssein – ja puhujakategoriolla oikeuttaminen (kuten asiantuntijaksi kategorisoituminen määreillä johtava, huippu-). Referenssien nimeämistä asiantuntijalausunnoksi perustelen niiden statuksella vertaisarviona ja – hyväksyntänä. Metaforia ja kolmen listaa käytettiin kymmenkunnassa tekstissä ja intressejäkin häivytettiin ainakin yhdeksässä yrityksessä, tosin vain niin että yritys kertoi toimintansa tuottamista yhteisistä eduista niin asiakkaalle kuin itselleenkin esimerkiksi toiminnan jatkamisen turvaamiseksi. Myös toistoa ja liittoutumisen astetta käytettiin identiteettien rakentamisessa.

Retoristen keinojen suosiota voi tarkastella myös identiteeteittäin. Asiantuntijuutta argumentoitiin eniten yksityiskohtien turvin (26 yritystä). Myös konsensuksen luominen oli yleistä; lähinnä yhteisymmärrystä ja luottamusta osaamiseen luotiin erilaisin asiantuntijalausunnoin, joihin lasken erilaiset toiminnalle myönnettyt sertifikaatit, referenssit ja työntekijöiden koulutusta kuvaavat tekstit (22 yritystä). Asiantuntijuutta vahvistettiin melko yleisesti myös puhujakategoriolla (13 yritystä) ja määrällistämällä eli kuvaamalla omaa toimintaa erilaisin luvuin tai sanallisin määriä kuvaavin ilmauksin (11 yritystä). Kolmen lista sisältyi viidesosaan yrityksen asiantuntijuuden yksityiskohtaisista kuvauksista (7 yritystä). Muutaman kerran sitä argumentoitiin myös metaforin (3), intressejä häivyttämällä (2) ja toistoin (2). Perinteikkään toimijan identiteettiä vahvistettiin niin ikään yleisimmin yksityiskohtaisiin kuvauksiin (12), mutta määrällistäminen – sanallinen ja numeroin vahvistaminen – oli lähes yhtä suosittua (11). Perinteiseen toimintaan viitattiin esimerkiksi yksityiskohtaisiin kertomuksin sukupolvelta toiselle jatkuneena toimintana ja/tai nimeämällä yritys perheyrietykseksi. Mutkattomimmin toiminnan perinteikkyyttä argumentoitiin joko sanallisesti tai numeerisesti määrällistämällä, kuten vuosiluvuin ja tuotantomäärin. Metaforin ja puhujakategoriolla perinteikkyyttä vahvistettiin pariin otteeseen. Yhteistyökumppanuutta argumentoitiin lähinnä puhujakategoriolla (6) ja yksityiskohdin (5) sekä yhteistyöstä syntyviä yhteisiä etuja argumentoimalla (5) ja pariin kertaan konsensusta rakentamalla, ja oli ainakin yksi yritys käyttänyt myös metaforista ilmaisua kumppanuuden rakentamiseen. Kokonais-

toimittajuutta vahvistettiin yksityiskohdin (7), kolmen listoin (6), metaforin (5) ja puhujakategorioin (4) lähes tasaväkisesti. Neljä yritystä argumentoi sitä ääri-ilmaisuin ja pari yritystä yhteisiä etuja korostamalla. Taulukkoon 6 on koottu yhteenveto yritysten käyttämistä retorisisista keinoista identiteeteittäin.

TAULUKKO 6 Retoriset keinot identiteeteittäin

	A	P	Y	K
Intressit				
-yhteinen etu	2	-	5	2
Puhujakategoria	13	2	6	4
Liittoutumisaste	1	-	-	-
Konsensus	22	-	2	-
Yksityiskohdat	26	12	5	7
Määrällistäminen				
-sanallinen	1	2	-	-
-numerot	10	9	-	2
-ääri-ilmaisut	-	-	-	4
Metaforat	3	2	1	5
Kolmen lista	7	-	-	6
Toisto	2	-	-	-

Edellä olevan taulukon luvut saattavat poiketa analyysiteksteistä identiteeteittäin laskettavista retorisisista keinoista. Empiirisen osion katkelmat ovat esimerkkejä, joilla kuvaan identiteettien retorista rakentumista, eivät tyhjentävä esitys yritysten käyttämistä retorisisista keinoista ja niillä rakennetuista identiteeteistä. Yllä olevassa taulukossa kysymys on yrityksittäin käytetyistä retorisisista keinoista – ei siitä, montako kertaa joku retorinen keino esiintyi kaiken kaikkiaan kunkin yrityksen tekstissä. Keinojen erottelemisen tuntui välillä sekä työllä että hieman keinotekoiseltakin. Absoluuttista totuutta käytettyjen keinojen määrästä ei mielestäni ole edes löydettävissä, koska määrien arviointi perustuu tulkintaan. Sama keino voidaan nimetä useammalla tavoin, ja toisaalta yksi yritys saattoi käyttää samaa keinoa useaan otteeseen niin saman identiteetin kuin useiden eri identiteettien rakentamiseen. Niin identiteetit kuin niiden rakentamisen keinotkin samoin kuin argumentoijan ja argumentin asemaa vahvistavat argumentoinnin tavat sekä kietoutuivat yritysten teksteissä toisiinsa, vahvistavat toisiaan että ovat sidoksissa toisiinsa.

Keinojen tarkkojen lukumäärien erittelyn sijaan pidänkin tärkeämpänä keinojen tunnistamista ja nimeämistä, koska niiden avulla pystyn aineistoon ankkuroimisen ohella perustelemaan tekemiäni tulkintoja. Tutkimukseni tavoitteiden kannalta on mielestäni kuitenkin hyödyllistä tehdä pientä yhteenvetoa myös käytettyjen keinojen määrästä ja toistumisesta yritysten teksteissä, vaikka se konstruktionistisesta näkökulmasta hieman kerettiläistä olisikin. ”Käyttämistiheyttä” kuvaavat luvut antavat jonkinlaisen kuvan eri retoristen keinojen suosista yritysten keskuudessa ja siitä, mitä identiteettiä rakennettaessa suositaan mitään retorista keinoa. Tämä taas kertoo yritysten tavasta ottaa yleisönsä. Identiteeteittäin käytetyistä retorisisista keinoista tekemäni yhteenvedon perusteella yritysten argumentoinnin tapaa ja argumentointiin käytettyjä keinoja voisi kaikkiaan nimittää maltillisiksi – argumentoinnin voi sanoa sopivan niin kutsuttuun arkijärkeen. Asiantuntijuutta argumentoidaan paljolti osaamista ha-

vainnollistavin yksityiskohdin, toiminnan perinteitä (ja jatkuvuutta) määrällistämällä esimerkiksi vuosiluvuin ja toiminnan määrää ja toimintavuosia kuvaamalla, yhteistyötä ja halua siihen omilla intresseillä ja kykyä kokonaisratkaisuihin riittävällä määrällä (vähintään kolmen lista) ratkaisuja kuvaavia ja konkreettisia yksityiskohtia.

Seuraavassa luvussa teen yhteenvetoa siitä, miten keskipohjalaisyrietykset www-sivuillaan identifioituvat ja mitä identiteeteistä voi sanoa hyvinvoinnin näkökulmasta eli millaisiksi ne rakentuvat ja millaisiksi toimijoiksi ne itse itsensä hyvinvoinnin näkökulmasta mieltävät. Yritysten teksteissä rakentuvien identiteettien ja niiden rakentamisen tapojen pohjalta teen johtopäätöksiä siitä, millaista identiteettiä yritykset voisivat Keski-Pohjanmaalle rakentaa. Käytän rakentamisen ja rakentumisen synonyymeinä asemoitumista, identifioitumista ja kategorisoitumista.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

8.1 Tavoite, metodi ja tulosten esittäminen

Luku 8 on omistettu tutkimuksen tuloksille. Luvussa 8.1 palautan ensiksi mie-
liin tutkimuksen tavoitteen ja tutkimuskysymykset. Sen jälkeen perustelen luki-
jalle tulosten esittämisen tavan ja teen samalla lyhyen yhteenvedon siitä, miksi
olen valinnut retorisen metodin keräämäni aineiston analysoimiseksi – millaista
tietoa tutkimuksessa käyttämälläni retorisella metodilla on saatavissa. Luvuissa
8.2–8.4 esittelen tutkimuksen tulokset ja johtopäätökset ja luvussa 8.5 teen vielä
yhteenvedon vastauksista tutkimuskysymyksiin.

Tutkimuksen tavoitteena on tehdä näkyväksi keskipohjalaisyri-
tysten merkitystä toimintaympäristölleen ja sen hyvinvoinnille. Yritysten merkitysten nä-
kyväksi tekemiseksi kysyn tutkimuksessani, 1) miten keskipohjalaisyri-
tykset asemoituvat toimintaympäristössään sen hyvinvoinnin näkökulmasta, 2) mil-
laisia identiteettejä keskipohjalaisyri-
tykset itselleen diskursseissaan rakentavat
ja 3) millaista Keski-Pohjanmaata yritysten teksteissä rakennetaan. Aineistona
käytän keskipohjalaisyri-
tysten internetsivuja.

Käsittelen tässä luvussa ensin tutkimuskysymyksen 2, eli teen retoriseen
analyysiin perustuen johtopäätöksiä yritysten teksteissä rakentuvista identitee-
teistä otsikolla ”Identiteetit ja niiden rakentuminen yritysten teksteissä”. Reto-
rista metodia käyttäen minun on mahdollista saada tietoa siitä, mitä, miten ja
kenelle yritykset teksteissään puhuvat. Vastaukset kysymykseen ”mitä” kerto-
vat siitä, mitä yritykset itse pitävät niin tärkeänä omassa toiminnassaan, että ne
haluavat kertoa siitä muille. Vastaukset kysymykseen ”miten” kertovat siitä,
millaisia retorisia keinoja ja argumentoinnin tapoja (kuten hyökkä-
ys/ puolustus) yritykset itsestään kertoessaan haluavat käyttää ja kenties suosi-
vatkin. Vastaukset kysymykseen ”kenelle” kertovat teksteillä tavoitelluista yleis-
öistä eli siitä, mitä sidosryhmiä yritykset tekstiensä perusteella pitävät tärkeinä
ja mahdollisesti nimeävät eri tilanteissa. Näihin kolmeen kysymykseen vastaa-

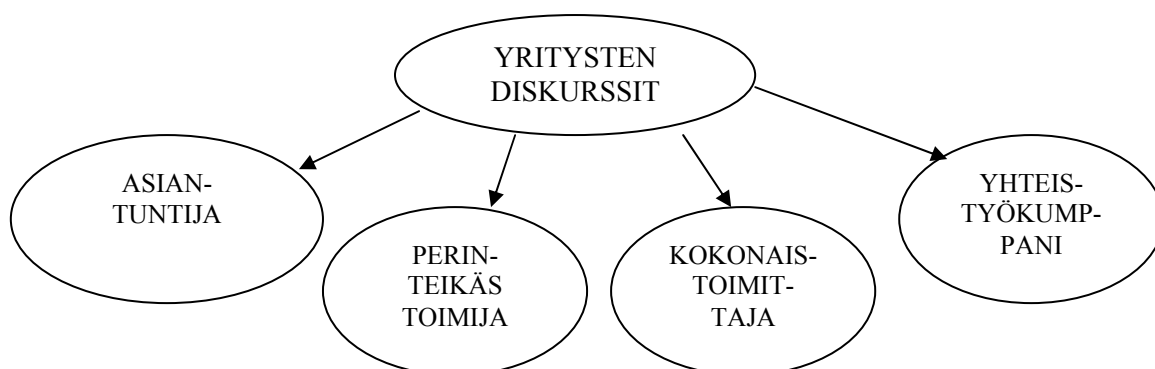
malla tunnistan, nimeän ja perustelen yritysten itselleen rakentamia ja niille rakentuvia identiteettejä.

Yritysten teksteistä tunnistamieni identiteettien perusteella teen johtopäätöksiä yritysten aseoitumisesta toimintaympäristönsä hyvinvoinnin näkökulmasta (tutkimuskysymys 1) otsikolla ”Yritykset hyvinvoinnin rakentajina?”. Viimeiseksi vastaan tutkimuskysymykseen 3 otsikolla ”Keski-Pohjanmaa yritysten teksteissä”. Samaa esitysjärjestystä noudatan myös tulosten yhteenvedossa luvussa 8.5.

8.2 Identiteetit ja niiden rakentuminen yritysten teksteissä

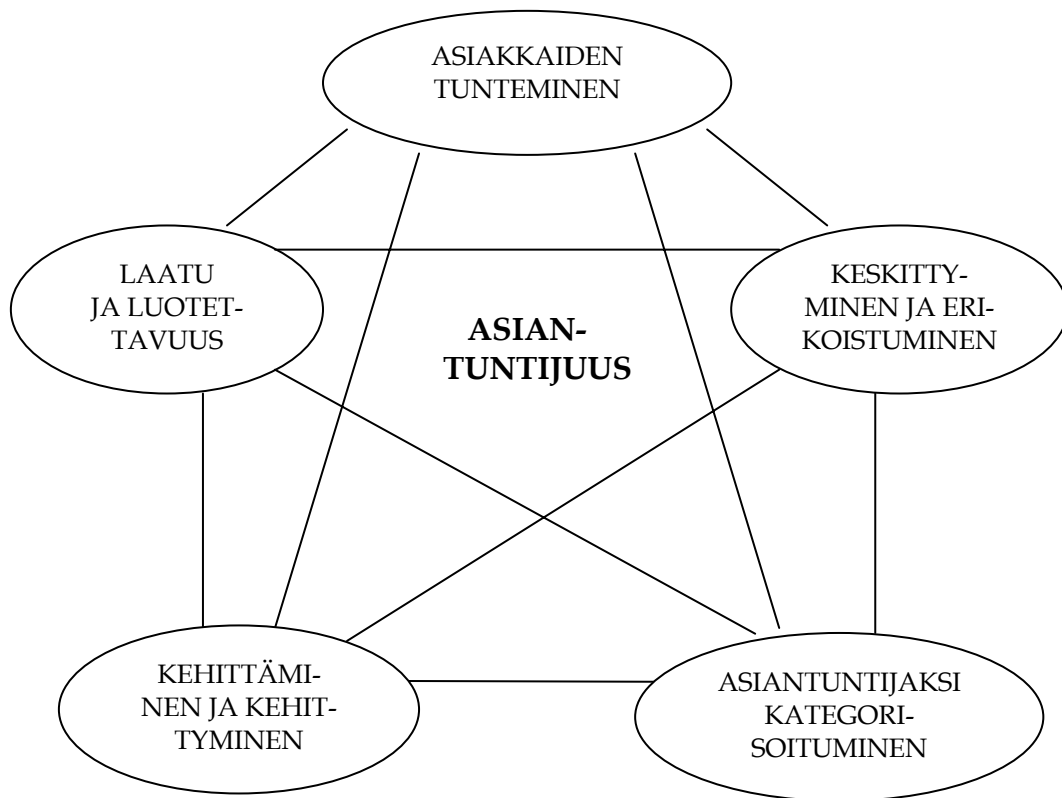
8.2.1 Mitä puhutaan

Keskipohtalaisille yrityksille rakentuu niiden kotisivuille laatimien tekstien perusteella ainakin neljä erilaista diskurssia. Näissä diskursseissa rakentuvat (eksplisiittiset) identiteetit olen nimennyt asiantuntijan, yhteistyökumppanin, kokonaisuusien toimittajan ja perinteikkään toimijan identiteeteiksi (kuvio 5).



KUVIO 5 Yritysten eksplisiittiset identiteetit

Kaikki yritykset korostivat tavalla tai toisella ammattitaidon ja oman alan hallinnan – asiantuntijuudeksi nimeämäni identiteetin – merkitystä tehtävänsä täyttämiseksi ja siinä onnistumiselle. Yritysten asiantuntijuus itsenäisenä identiteettinä koostuu monista toisiinsa kietoutuvista ja toistaan tukevista seikoista (vrt. Jokinen ym. 1999) (kuvio 6). Niin olemassa olevien kuin potentiaalistenkin asiakkaiden tunteminen ja tunnistaminen on yksi sitä rakentava tekijä. Kun asiakkaat tunnetaan, yrityksen on mahdollista keskittyä ja erikoistua kulloinkin relevantin asiakkaan tai asiakasryhmän odotusten ja toiveiden täyttämiseen, mikä osaltaan sekä kertoo alan hallinnasta että puhuu asiantuntemuksen syvyyden puolesta. Asiantuntijuus edellyttää myös, että yritys ylläpitää ja kehittää ammattitaitoaan, on luotettava ja tuottaa laatua: asiakkaan odotukset täyttäviä tuotteita ja palveluita.

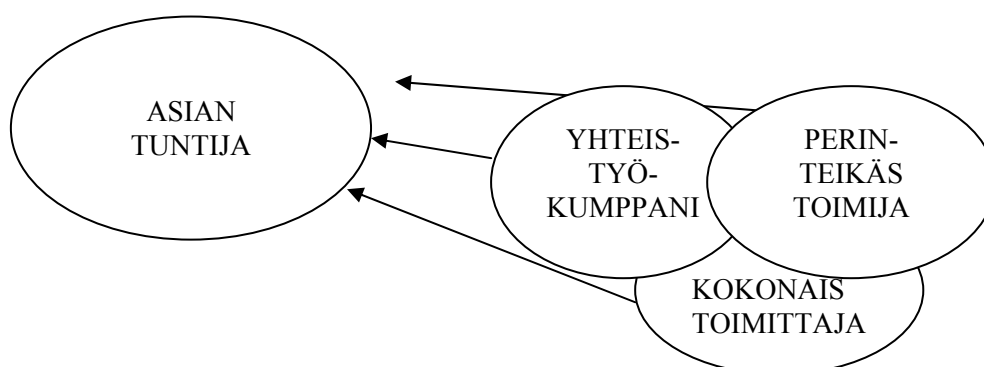


KUVIO 6 Asiantuntijuuden komponentit

Pelkkään asiantuntijan identiteettiä tyytyi kuitenkin vain neljä yritystä; 31 tutkitusta 35 yrityksestä kategorisoitui kahdella tai useammalla tavalla. Suurimmalle osalle yrityksistä rakentui toisin sanoen kaksi tai useampia identiteettejä päällekkäin: "Hietalahti ja pojat Oy:n juuret juontavat 1960-luvun maanviljelyspientilalle ...Olemme etsimässä yhteistyökumppaneita ...yrityksemme pystyy toimittamaan kokonaisvaltaisia paketteja..." (esimerkit 36 + 43 + 57). (Ks. kuvio 6). Perinteikkään toimijan, yhteistyökumppanin ja kokonaistoimittajan identiteetit rakentavat ja vahvistavat osaltaan yritysten asiantuntijaidentiteettiä eli sisältyvät siihen – tai kuten aiemmin olen asian ilmaissut, ovat sille alisteisia: "Viidessä vuosikymmenessä on yrityksestämme kehittynyt maantiekuljetusten monitaituri" (esimerkki 26); "Yhteistyökumppaniemme kanssa olemme Teille tiedon ja taidon lähettiläs" (esimerkki 48); "[Olemme] Suomen johtavia elintarvike- ja rehuteollisuuden prosessilaitteiden toimittajia ...räätälöidyt tuotantojärjestelmät valmistetaan pääsääntöisesti avaimet käteen periaatteella sisältäen kaiken suunnittelusta ja valmistuksesta asennukseen ja huoltoon" (esimerkit 70 + 61). Asiantuntijana aseoitumista toisin sanoen vahvistaa se, että yritys voi osoittaa paitsi haluavansa tehdä yhteistyötä myös olevansa haluttu yhteistyökumppani esimerkiksi muiden alansa ammattilaisten joukossa. Vielä parempi on, jos se voi teksteissään viitata konkreettisesti toteutuneeseen yhteistyöhön (vrt. esimerkiksi referenssit).

Asiantuntijaidentiteetin vahvistamisen ohella yhteistyötä, kokonaisratkaisuja ja perinteitä korostavat diskurssit nousivat selvästi yritysten teksteistä esiin itsenäisinä, yritysten toimintaa määrittävinä, yritysten itsensäkin tekeminä kategorisointeina: "[Yrityksemme] on horjumaton *kumppani* joka tilanteessa" (esimerkki 42). Siten kukin mainittu diskurssi ja siinä rakentuva identiteetti ikään kuin pakotti nimeämään ne myös omina, toisistaan ja asiantuntijuudesta erillisinä yritysten toiminnan ja olemisen tapoina. Näissä diskursseissa rakentuvat perinteikkään toimijan, yhteistyökumppanin ja kokonaisuuksien toimittajan identiteetit ovat usein keskenään sidoksissa (kuvio 7).

Esimerkiksi kategorisoituakseen kokonaistoimittajaksi yritys joissakin tapauksissa rakentaa itsensä relevantein argumentein myös yhteistyökumppaniksi, jotta se voi uskottavasti vakuuttaa yleisönsä kyvystään kokonaistoimituksiin: "*Yhteistyökumppanien avulla ja verkottumisella voimme hoitaa nopeasti myös suurempia kokonaisuuksia*" (esimerkki 44). Yhteistyökyvyn, -halun ja -mahdollisuuksien lisäksi ammattitaidon komponenteista muun muassa keskittyminen ja erikoistuminen tukee yritysten mahdollisuuksia toimittaa luotettavasti suuriakin kokonaisuuksia ja kokonaisuuksien toimittamisen kannalta relevanttia taitoa räätälöidä tuotteet ja palvelut asiakkaan tilanteen mukaan. Aivan yksiselitteistä muiden identiteettien alisteisuus asiantuntijuudelle ei siis ole; toisinaan suhde on myös vastavuoroinen, vaikka asiantuntijuus ja sen merkitys yritysten teksteissä vahvimmin tavoiteltuna kategoriana esiin nouseekin. Perinteikkääksi toimijaksi kategorisoituminen puolestaan voi rakentaa, argumentoinnin sisällöistä ja keinoista riippuen, yritystä myös kokonaistoimituksiin kykeneväksi yhteistyökumppaniksi: "*Reilun 50 toimintavuotemme aikana olemme kehittäneet palvelujärjestelmän, joka tukee konevalmistajien ja maanrakennuskoneiden käyttäjien tehokasta ja taloudellista toimintaa ...lisäksi tuemme asiakkaitamme luotettavilla huolto- ja varaosapalveluilla ...tuntee asiakkaansa ...palveluketju suunnittelusta ylläpitoon ja varaosatoimituksiin ...Pitkäaikainen yhteistyö maan osamme johtavien maanrakennuskoneiden valmistajien kanssa on tuottanut innovaatioita ja teknistä osaamista...*" (esimerkit 50 + 65).



KUVIO 7 Yritysten identiteettien päällekkäisyys ja sidoksisuus

On huomattava, että tässä puheena olevalla identiteettien sidoksisuudella viitataan nimenomaan yritysten argumentaation sisältöihin (vastaukset mitäkysymykseen). Identiteettien sidoksisuus käy ilmi myös argumentaation keinojen (miten) ja tavoiteltujen yleisöjen (kenelle) näkökulmasta. Tästä puhun enemmän kahdessa seuraavassa luvussa.

8.2.2 Miten puhutaan

Koska nimesin yritysten toimintansa kuvaamiseksi käyttämiä retorisia keinoja jo analysoidessani niiden tekstejä luvussa 7, en käy niitä enää yksityiskohtaisesti luettelemaan muutamaa johtopäätöksiäni valaisevaa esimerkkiä lukuun ottamatta. Sen sijaan teen tässä luvussa yleisempiä johtopäätöksiä yritysten retoriikan luonteesta. Keskipohjalaisyriykset käyttävät kieltä monin eri tavoin kertoessaan itselleen tärkeistä asioista. Identiteettejä siis rakennetaan usein erilaisin keinoin. Toisaalta samoja retorisia keinoja käytetään eri identiteettien rakentamiseen. Identiteettejä voi siis ajatella toisiinsa sidoksisina paitsi argumenttien sisällön myös argumentoinnin tavan ja käytettyjen retoristen keinojen näkökulmasta. Jälkimmäisestä pari esimerkkiä mainitakseni yksityiskohtaisia kertomuksia tai tarinoita käytettiin niin perinteikkään toimijan (esimerkit 36 & 37), kokonaistoimittajuuden (esimerkit 54 & 55) kuin asiantuntijuudenkin (esimerkit 80 & 81) vahvistamiseen; omia intressejä julkituomalla taas argumentoitiin muun muassa yhteistyökumppanuutta (esimerkit 46–48) kokonaisuuksien toimittamista (esimerkit 66 & 67) ja asiantuntijuutta (esimerkki 78). Viimeksi mainittu esimerkki osoittaa myös, että aivan samoin sanoinkin voidaan rakentaa useampaa identiteettiä: ”me elämme sillä” -lausahdukseen kiteytyvä argumentointi viittaa sekä asiantuntijuuteen (esimerkki 78) että yhteistyökumppanuuteen (esimerkki 47).

Yritysten retoriikka vaihteli tiukasta tuotantokeskeisyydestä (”prosessi-putkistoja teollisuudelle jo vuodesta 1988 lähtien”) tunteisiin vetoavien mieli- ja vertauskuvien (”perinteiset kahvileivät kaikkiin pöytiin – arkeen ja juhlaan”) – tai Jokisen (1999, 148) lainaamin Raen ja Druryn (1993) sanoin erilaisten merkityspotentiaaleja mobilisoivien metaforien rakentamiseen (”palvelu on ketju”; ”rakennamme Koteja”; suussasulavat kaneliässä). Ne pitäytyivät kuitenkin suurimmaksi osaksi toimintansa ja toimialansa kannalta relevanteissa, niin sanottuun arkijärkeen sopivissa seikoissa ja tyyleissä niin itse tuotteen kuin sen käyttäjäkunnan ja yrityksen tekstin lukijoiden kannalta. Esimerkiksi teknisten laitteiden laatua ja luotettavuutta argumentoitiin asiantuntijalausunnoin, laadun kannalta relevanteilta vaikuttavin kapasiteettia koskevin luvuin tai muin nimenomaan tuotteiden ominaisuuksiin liittyvin seikoin. Perelmania (1996, 16–27) mukaillen keskipohjalaisyriyten retoriikan voi sanoa sopivan hyvin kontekstiinsa. Joskus yritysten tekstejä lukiessa tuli jopa sellainen tunne, että hie-man rohkeampi oman ammattitaidon elävöittäminen ja ripaus estetiikkaa arki-realismiin joukkoon voisi ehkä terävöittää välillä hiukan kuivakkaitakin tekstejä.

Tutkittujen yritysten joukkoon mahtui kuitenkin muutama toimija, joka rohkeasti käytti värikkäiden, mielikuvitusta haastavien monimielisten metaforisten ilmaisujen tukemia yksityiskohtaisia tarinoita asiantuntijuuttaan vahvis-

tamaan. Metaforisia argumentteja käytettiin paljon silloin, kun haluttiin vaikuttaa asiaperusteiden lisäksi paljon mielikuviin tai ehkä paremmin ilmaistuna makuasioihin pohjautuviin valintoihin (talonmalli, leivonnaiset). Tosin metaforia käytettiin joskus myös tuotteen tai sen toimittajan teknisestä ylivertaisuudesta ja ammattitaidosta vakuuttamiseen. On vaikea olla vakuuttumatta nahan kulutuksen kestävydestä ja yrittäjän kokemukseen perustuvasta taidosta käsitellä sitä, jos pystyy yrittäjän innostamana kuvittelemaan 200 kilometriä pitkän jonon vahvassa talvikarvassa vaeltavia hirviä, joiden taljat tämä vuosittain muokkaa asiakkaiden käyttöön näiden tarpeiden ja toiveiden mukaisesti – ja on kaiken lisäksi tehnyt niin jo vuosikymmenten ajan. Hirvien lisäksi mieleen painuivat jo aiemmin mainitut amerikanserkuiksi nimitetyt piparkakut tai maan siirtyminen tästä päivästä tulevaisuuteen – ja moni muu tässä mainitsematon vertaus. Muutama yritys rohkeni tuoda avoimesti esiin myös omia intressejään teksteissään sillä periaatteella, että asiakas voi luottaa saavansa sitä mitä tilaa, kun yrittäjä huolehtii toimintansa kannattavuudesta pitämällä huolta siitä, että hyötyy asiakkaan palvelemisesta myös muutoin kuin hyvää mieltä saamalla tai sisäisen motivaation ajamana ("...monille yrityksille tavaroiden kuljettaminen on välttämätön kustannus. Me elämme sillä ja siksi teemme sen tehokkaimmalla mahdollisella tavalla asiakkaittemme eduksi."). Omia intressejä ei kuitenkaan pyritty kokonaan häivyttämään: silkkaa hyväntekeväisyyttä yksikään yritys ei väittänyt harjoittavansa, eivätkä yritysten tekstit synnyttäneet luvussa 2.4 kuvattua "paviaaniefektiä".

Yritysten tekstien voi sanoa olevan hyvin selkeitä: itse asia ei peity liike- ja mainoskielen jo vaivaksikin kutsuttuun epämääräiseen kielenkäyttöön, kuten näennäistarkkuuteen ("70 % parempi..."; "85 % kestävämpi..."), juhlaan mitään sanomattomiin termeihin (kuten vaikkapa puhuminen hajunhallintateknologiasta viittaamassa deodorantin käyttökelpoisuuteen) tai muutoin mahtipontisia tai kuluneita käsitteitä (innovatiivisuus, luovuus – vrt. myös diskurssikäsitteen inflaatio; ks. Jokinen ym. 1993, 27) viljelevään kuulijan ymmärrystä kyseenalaistavaan puheen tapaan. Erkki Lyytikäinen kirjoittaa Helsingin Sanomien kuukausiliitteessä 7/2007 tästä ilmiöstä mainospuheen maailmana, jossa "vastuu siirtyy täydellisesti kuluttajalle. ...Kukin voi makunsa mukaan pitää näitä mainosmaailman viestejä hellyttävänä tai naurettavana. Kuluttajaa niissä ärsyttää ...vastaanottajan rajaton halveksunta. 'Eivät ne mitään hoksaa, pannaan tähän puppusana ja suuri prosenttiluku.' " (vrt. Perelman 1996, 158). Niin selkeyden kuin aiemmin todetun relevanttiutensakin perusteella yritysten retoriikkaa voi kutsua maltilliseksi. Maltillinen retoriikka kertoo kuulijoiden ymmärryksen arvostamisesta (vrt. Perelman 1996, esim. 17–18, 98–99, 158; Marshak 1998).

Toki keskipohjalaisyrietyksetkin puhuivat esimerkiksi lisäarvon tuottamisesta, laadukkuudesta, innovatiivisuudesta tai asiakaslähtöisyydestä, jotka kyseenalaistamattomina tai kulloisessakin asiayhteydessään selittämättöminä saattavat jäädä varsin sisällyksettömiksi käsitteiksi. Yritykset kuitenkin lähes poikkeuksetta kertovat konkreettisin esimerkein, mitä tämän kaltaiset termit niiden toiminnassa käytännössä tarkoittavat asiakkaan tai muun relevantin pu-

heella tavoitellun kohderyhmän kannalta ("haluamme tuottaa lisäarvoa asiakkaillemme ja muille sidosryhmille tehokkaan kuljetus- ja logistiikkakonseptin avulla ...[mikä pitää sisällään sen, että] kuljetustarpeet määräävät reittien kulun ...Olemme yhdistäneet noudon, runkorahdin ja jakelun yhteen prosessiin ...voimme taata varman ja täsmällisen kuljetuksen ...Suuri kuljetuskapasiteettimme yhdessä toimivan kuljetuskonseptin kanssa mahdollistaa päivittäisen noudon koko markkina-alueellamme asiakkaan tarpeiden mukaan ...toimeksiannot hoitaa aina yksi yhteyshenkilö alusta loppuun"). Asiayhteyden ja sidosryhmien kannalta relevantti ammattislangi on asia erikseen ja joskus varsin paikallaan, kuten jo aiemmin on todettu.

Yritysten käyttämällä retoriikalla vakuutettiin lukijoita sekä argumentoijan että argumenttien luotettavuudesta. Käytännössä näitä kahta ei ollut aina helppoa - tai tarkoituksenmukaistakaan - erottaa toisistaan (vrt. Jokinen ym. 1999), vaikka sitä muutamissa kohdin olen yrittänytkin (vrt. esimerkit 41-43 ja 52 & 57 selityksineen). Argumentointiin käytettiin ainoastaan puolustavaa retoriikkaa. Yritykset keskittyivät omien vahvuuksiensa korostamiseen pyrkien siten vahvistamaan omaa asemaansa niin, että niitä on vaikea päästä vahingoittamaan. Yksikään tutkimuksessa mukana ollut yritys ei yrittänyt murentaa kilpailijoiden tai muiden toimijoiden asemaa tai moittinut tai pyrkinyt saattamaan naurunalaiseksi sen paremmin kilpailijoitaan, toimintaympäristöään kuin muitakaan yksittäisiä sidosryhmiään oman asemansa vahvistamiseksi. Yritykset toisin sanoen välttivät sekä hyökkäämästä (vrt. Potter 1996; Jokinen ym. 1999) että turvautumasta Perelmanin (1996) ironisoinniksi nimeämään retoriikkaan tai argumentoinnin tapaan.

Keskipohjalaisyritykset lupaavat paljon ja osoittavat selvästi ja arkailematta osaavansa ja kykenevänsä palvelemaan asiakkaitaan ainakin yhtä hyvin kuin alan muut, mahdollisesti niitä suuremmat ja nimekkäämmätkin toimijat. Yritykset eivät sen paremmin orjaile kuin puhu alistuvaan sävyynkään (vrt. esim. Phillips & Hardy 2002, 47). Huomionarvoista on erityisesti, että myös moni varsin pieni yritys korosti kykyään räätälöityihin avaimet käteen -ratkaisuihin. Yritykset kuitenkin suhtautuvat realistisesti siihen, mihin niiden omat voimavarat riittävät. Pientenkin yritysten on mahdollista sitoutua suuriin lupauksiin, jos ne voivat olla varmoja siitä, että ne tarvitessaan saavat apua ja voivat toimia yhteistyössä asiantuntevien kumppanien kanssa. Keskipohjalaisyritykset eivät epäröikään tunnustaa toimintaympäristönsä merkitystä oman toimintansa sujumiselle; päinvastoin moni yritys nimenomaan korostaa yhteistyön ja yhteistyökumppanien osuutta oman ammattitaitonsa rakentumisessa. Omien rajojen siinä kuin vahvuuksienkin tunnistaminen ja niihin perustuva halu yhteistyöhön rakentaa osaltaan yritysten asiantuntijuutta ja on merkityksellistä niin toimijan oman onnistumisen ja koko yhteisön toimivuuden tukena ja perustana (vrt. Marsden 2000 & Waddell 2000). Katteettomat konkreettiset lupaukset, ainakin jos asiakkailta tai muilla sidosryhmillä on vaihtoehtoja tarjolla, lienevät yksi yritystä eniten vahingoittavista ja sen legitimaatioonkin vaikuttavista tekijöistä. Realismi omien voimavarojen suhteen vahvistaa vaikutelmaa maltillisesta retoriikasta ja kuulijoiden ja heidän ymmärryksensä arvostamisesta.

Yhtenä asiantuntijuutta vahvistavana tai sitä mahdollisesti murentavana tekijänä voidaan Jokisen ym. (1999) erittelemien retoristen keinojen ja retoriikan luonteen lisäksi ajatella itse internetsivuja. Sivujen asiasisältöjen (ja luettavuuden ja muun ”helppokäyttöisyyden”) lisäksi argumentoinnin uskottavuuteen vaikuttaa mielestäni myös sivujen ajantasaisuus ja niiden ilmiästä ylipäättään syntyvä vaikutelma. Jos yrityksen internetsivujen tiedot ovat kovin kaukaa historian hämärästä – internetin maailmassa kysymyksessä voi joskus olla varsin lyhytkin aika –, viesti ei välttämättä vakuuta. On kuitenkin syytä mainita, että jos tämän tutkimuksen esimerkkitekstien vuosiluvut antavat vaikutelman yrityksen toiminnan eilisyydestä, syy ei ole välttämättä yrityksen: suuri osa teksteistä on poimittu vuonna 2005. Perinneretoriikkaan liittyvät vuosiluvut ovat tietenkin asia erikseen, eikä ainakaan historiaa koskevia perustietoja yrityksen toiminnasta liene syytä juuri muuttaakaan. Sivuhuomautuksena mainittakoon, että kehitystä yrityksissä ja niiden sivuilla tapahtuu jopa siinä määrin, että osaa sivuista ei ole enää olemassakaan erilaisten yrityskauppojen tai fuusioitumisten seurauksena. Tähän palaan vielä luvussa 9.

Kaikkiaan voi todeta, että niin aiemmassa tekstissä nimetyt identiteetit kuin yritysten retoriikkakin tähtäävät yrityksen asiantuntijuuden ja asiantuntijakategorian vahvistamiseen. Itse asiassa asiantuntijaksi kategorisoituminen tapa ei ole keskipohjalaisyrittäjille vain argumentoinnin väline, vaikka tästä puhujakategoriasta oikeuttamiseksi nimitystä puheen tavasta sellaisena retorisia keinoja esiteltäessä puhuttiinkin. Asiantuntijuus on yrityksille itsestään selvä, jopa kyseenalaistamatonkin arvo ja itsessään niiden olemassaolon oikeutus; voisipa siitä puhua, kuten edellä, jopa institutionalisoituneena itsestäänselvyytenäkin. Asiantuntijuus legitimoii yrityksen olemassaolon ja antaa oikeuden puhua. Usko omaan ammattitaitoon puolestaan vahvistaa rohkeutta ottaa kantaa ja argumentoida omaa ammattitaitoa – orjailun ja alistumisen tarvetta ei ole. (Vrt. Jokinen ym. 1999, 135–136.)

8.2.3 Kenelle puhutaan

Retoriikan mahdollisia kohderyhmiä ja yleisöjä nimetessäni totesin, että yrityksen internetsivujen lukijoihin voivat kuulua periaatteessa kaikki, jotka tarvitsevat tai haluavat tietoa yrityksestä ja joilla on internetyhteydet käytettävissä. Samalla mainitsin, kuinka retoriikan tapojen ja argumentoinnin keinojen perusteella voidaan sanoa jotakin siitä, millaisia yleisöjä teksteillä tavoitellaan. Perelmanhan (1996) eritteli retoriikan vakuuttavaksi ja suostuttelevaksi puheeksi tai tekstiksi, joista vakuuttavalla puheella tavoitellaan niin sanottua yleisyleisöä, kun taas suostuttelemalla pyritään saamaan jokin erityisyleisö ajattelemaan tai toimimaan jollakin tietyllä, argumentoijan toivomalla tavalla. Omassa tutkimuksessani en kuitenkaan ole tyytynyt jakamaan kohdeyleisöä yleis- ja erityisyleisöön. Olen halunnut eritellä ja tunnistaa yritysten teksteillään tavoittelemaa yleisöä nimenomaan siltä pohjalta, miten monin eri tavoin yritys identifioituu ja miksi – kenelle se viestinsä kunkin rakennetun identiteetin tai sitä rakentavien diskurssien kautta kohdentaa. Tavoitellusta yleisöstä puhuin aiemmin sidosryhminä. Kysymys on siis siitä, ketkä tai mitkä toimijat tai toimija-

ryhmät korostuvat yritysten puheessa ja toiminnassa tai niiden kohteena ja ovat siten jollakin tavoin niille tärkeitä ja merkityksellisiä (vrt. Jokinen 1999 ym., 128–129; ks. myös Fuller & Tian 2006) toiminnan mahdollistajina tai sille haasteita asettavina tekijöinä. Seuraavassa tekstissä käytän näistä toimijaryhmistä nimityksiä yleisö, kohdeyleisö, kohderyhmä ja sidosryhmä.

Asiantuntijuuspuheen yleisöä nimettäessä vaikuttanee ensituntumalta itsestään selvältä, että yksi sen tärkeimmistä kohderyhmistä, Perelmanin (1996) sanoin relevanttia yleisöä, ovat yrityksen nykyiset ja mahdolliset tulevat, yrityksen palveluista ja muusta tarjonnasta syystä tai toisesta jo kiinnostuneet asiakkaat. Sen kohdistaminen asiakkaisiin yhtenä elintärkeänä sidosryhmänä tai verkoston jäsenenä on arkijärjellä ajateltuna niin päivän selvää, että tyylin tarkempi analysointi tai kohderyhmien tunnistaminen ja nimeäminen ei ensi alkuun vaikuta edes kovin kiinnostavalta tai tarpeelliselta tehtävältä. Yrityksen on kuitenkin tiedettävä, ketä sen yleisöön kuuluu, kenelle sen ”kannattaa” puhua ja millä tavoin haluttua kohdeyleisöä on lähestyttävä toivotun vaikutuksen aikaan saamiseksi – mitkä sidosryhmät ovat tärkeitä missäkin tilanteessa. Yhden ryhmän näkökulmasta vakuuttava ja uskottava puhe ei välttämättä vetoa lainkaan johonkin toiseen ryhmään – veneen ympärikäveltävyys (esimerkki 80) voi olla täysin yhdentekevää satunnaiselle sisävesisoutelijalle. Yhdeksi asiantuntijuutta rakentavaksi tekijäksi ja toimintaa ja toiminnan edellytyksiä pohjustavaksi mainittiinkin asiakkaiden tunteminen.

Tuntiessaan asiakkaansa yritykset voivat osuvin retorisin keinoin rakentaa muita asiantuntijuuden komponentteja. Ammattitaitoisen toimijan identiteetti-hän rakentui keskipohjalaisy yrityksissä (potentiaalisten) asiakkaiden tuntemisen lisäksi toiminnan kehittämistä ja kehittymisestä, keskittymisestä ja erikoistumisesta sekä laadusta ja luotettavuudesta sen lisäksi, että sitä rakentavat perinteitä, kumppanuutta ja kokonaisuuksien hallintaa ja toteuttamiskykyä painottavat diskurssit. Keskipohjalaisyrietykset eivät niputakaan koko asiantuntijuuspuheen kohdeyleisöä sen paremmin kuin asiakkaitaan samaan kastiin. Osa yrityksistä käyttää teksteissään ammattislangia, joka kertoo tavoitellun asiakas- ja kuulijakunnan koostuvan asiaan vihkiytyneistä alan harrastajista. Tilannetta voisi verrata retoriikan esittelyn yhteydessä mainittuun valmiiksi lämmitettyyn yleisöön, joka on kiinnostunut puhujasta itsestään tämän karisman – yrityksestä puheen ollen esimerkiksi luotettavan ja ammattitaitoisen toiminnan vakiinnuttaman aseman – tai yrityksen puheen välittämästä informaatiosta sen erityisyleisölle merkityksellisen aiheen ja kiinnostavan sisällön vuoksi. Yritys on tuttu, merkityksellinen tekijä puheessa ilmitulevan relevantin sidosryhmän eli puheen kohdeyleisön silmissä. Uskollinen asiakasjoukko tunnetaan ja sille voidaan tarjota erikoistuneita tuotteita erikoistermein. Informaation välittämisen ohella tällainen kielen käyttö voi vahvistaa asiantuntevien asiakkaiden luottamusta siihen, että yritys osaa asiansa (ks. esimerkit 79, 80). Arkikielisemmät kuvaukset kohdennetaan niin sanotulle yleisyleisölle, asiakkaille, jotka tietävät tarvitsevansa ”jotakin” ja joille on pääasia, että tuote tai palvelu vastaa heidän tarpeitaan, mutta jotka eivät osaa arvioida eivätkä oikeastaan ole edes kiinnostuneita sen teknisistä tai muista vastaavista yksityiskohdista.

Keskittymistä ja erikoistumista korostava yritys tavoittelee paljolti samoja asiantuntevia, räätälöityä palvelua arvostavia asiakkaita, joita tavoiteltiin ammattislangillakin. Tällä puheella erityisesti tavoiteltuun kohdeyleisöön voidaan lisäksi lukea sellaisia yhteistyökumppaneita, joiden kanssa kunkin erityisosaaamisen paloista on mahdollista rakentaa toimiva kokonaisuus. Konkreettisesti kysymys on toisista yrityksistä, joilla on edellytyksiä ja halua lähteä tekemään tuotannollista, suunnittelu- tai muuta vastaavaa yhteistyötä oman erityisosaaamisensa täydennykseksi, kuten esimerkissä 44, jossa yritys, tosin tarkemmin yksilöimättä, kertoo olevansa "...etsimässä yhteistyökumppaneita, joiden kanssa [he ovat] valmiita kehittämään laadukkaita tuotteita asiakkaiden erilaisiin tarpeisiin".

Asiantuntijuutta rakentavalla kehittämispuheella ("Panostamme jatkuvasti tuotevalikoiman kehittämiseen vastataksemme asiakkaidemme tämän hetkiin ja tuleviin tarpeisiin..."; esimerkki 98) yritys puolestaan voi pyrkiä herättämään asiakkaiden ja edellä konkreettisesti kuvattujen mahdollisten yhteistyökumppanien ohella potentiaalisten rekrytoitavien kiinnostuksen yrityksen toimintaan. Kehittämisen halu kertoo ainakin teoriassa ja joskus ääneen lausuttunakin siitä, että yritys on valmis kyseenalaistamaan omia toimintatapojaan ja kuuntelemaan totutuista poikkeavia (uusienkin työntekijöiden) näkemyksiä ja kokeilemaan uusia tapoja tehdä ja toimia: "Jatkuva koulutus ja säännölliset yhteydet päämiehiin pitävät yrityksen henkilökunnan ajan kehityksen kärjessä. Yrityksen kaksitoistahenkkinen asiantunteva henkilökunta pitää huolen siitä, että myös asiakkaamme pysyvät kehityksessä mukana." (Esimerkki 101.) Esimerkiksi yksi työpaikkailmoituksissa usein nähty työnantajan kuvaamiseksi käytetty määre "dynaamisuus" voi saada kehittämistavoista kertovasta puheesta konkreettista sisältöä. Yritys tuottaa itsensä elävänä ja aikaansa seuraavana toimijana, joka tarjoaa uran kehittämisen ja työn rikastamisen tai laajentamisen mahdollisuuksia niille, jotka sellaista haluavat, ja joka mahdollisesti vaatiikin potentiaalisilta työntekijöiltään innostusta asiaan.

Kohdeyleisöä määriteltäessä laatua ja luotettavuutta rakentavat argumentit jäävät jonkinlaiseksi kuriositeetiksi asiantuntijuuden kokonaisuudessa. Toki asiantuntijalausunnoista osa rakennettiin ammattislangilla, joka, kuten edellä pariin otteeseen todettiin, suunnataan lähinnä argumentoinnin kohteena olevista asioista perillä oleville tahoille, olivat kyseessä sitten asiakkaat tai potentiaaliset yhteistyökumppanit. Esimerkissä 106 todetaan muun muassa, että "Sertifioitu laatujärjestelmämme täyttää standardissa SFS-EN 729-2 esitetyt laatuvaatimukset. Sertifiointi mahdollistaa 97/23/EY (PED) määrittämien painelaitteiden valmistuksen säädösten mukaisesti". Kuriositeetista puhun siksi, että oikeastaan muuta uutta asiantuntijuuden kohdeyleisöjen suhteen ei asiantuntijalausuntojen osalta ole sanottavissa tai niitä erikseen eroteltavissa kuin se, että muutamit lausunnot oli selvästi osoitettu sellaisille sidosryhmille, joille luonnonympäristön huomioiva ja sitä säästävä toiminta on merkityksellistä yrityksen asiantuntijuutta ja yhteistyön mahdollisuuksiakin arvioitaessa. Sidosryhmiin määrittelyn vaikeus tässä yhteydessä saattaa liittyä jo varsinaisen analyysin yhteydessä toteamaani seikkaan: asiantuntijalausunnot ovat monelle yritykselle

välttämätön muttei vielä riittävä ammattitaitoa ja asiantuntijuutta vahvistava tekijä. Laatu ei ole poikkeuksellinen avu muihin toimijoihin tai kilpailijoihin nähden. Mahdollisesti tämän vuoksi puhe siitä ei yritysten teksteissäkään kovin selvästi kohdennu millekään tietylle sidosryhmälle.

Perinteitä korostava yritys asemoituu toimijaksi, joka itse arvostaa jatkuvuutta, kokemusta ja toiminnan pitkäjänteisyyttä. Perinteitä korostavan diskurssin kannalta relevanttia yleisöä ovatkin kuulijat, joilla on mahdollisuus ja halu vaikuttaa ja tukea yrityksen toimintaedellytyksiä niin, että se voi jatkaa toimintaansa myös tulevaisuudessa. Uskollisten asiakkaiden ohella tärkeitä ryhmiä jatkuvuuden kannalta ovat erilaiset niin julkisen kuin yksityisen sektorinkin rahoittajatahot ja osa omistajista sekä muuten ympäristön toimivia rakenteita ja infrastruktuuria ylläpitävät ja niitä kustantavat toimijat, jotka itsekin hyötyvät yritysten tuottamasta vauraudesta. Jälkimmäisessä on lähinnä kysymys paikallisen tason julkisesta eli kunnallisesta sektorista, käytännössä yrityksen sijaintikunnasta tai -maakunnasta. Toisaalta sellaisten (omistaja)sijoittajien tai rahoittajien näkökulmasta, jotka tavoittelevat sijoituksillaan pelkästään nopeita voittoja (voiton maksimoiminen), perinteitä korostava yritys saattaa rakentua myös liian varovaiseksi toimijaksi. Yrityksen toimintakyvyn ylläpitämisen ja toiminnan jatkuvuuden kannalta perinediskurssin yksi tärkeä kohde- ja sidosryhmä on myös yrityksen jo olemassa oleva työstään motivoitunut henkilöstö ja potentiaaliset uudet työntekijät (ks. mm. Hautamäki 2000, 124). Voidakseen toimia yrityksen on sekä onnistuttava rekrytoimaan että pystyttävä pitämään kiinni ihmisistä, jotka haluavat työskennellä yrityksessä ja yrityksen tavoitteiden eteen. Perinteiden ja toiminnan kehittämisen halun yhdessä rakentama kuva toiminnan jatkuvuudesta luo kuvaa vakaasta, pitempiaikaisia työllistymisen mahdollisuuksia tarjoavasta yrityksestä, mikä voi tehdä yrityksestä houkuttelevan työnantajan.

Puhumalla arvostavasti kumppanuudesta yritykset osoittavat, että hyvät yhteistyösuhteet eivät ole niille itsestäänselvyys: yritykset tietävät niiden vaativan hoitamista ja ylläpitämistä. Samalla ne tulevat viestittäneeksi omaa tasaverstaista asemoitumistaan suhteessa muihin toimintaympäristön toimijoihin siinä mielessä, että ne eivät pelkästään odota muiden toimia vaan haluavat itse aktiivisesti vahvistaa yhteistyösuhteita ja madaltaa yhteistyön kynnyistä. Tästä näkökulmasta kumppanuuspuheen kohdeyleisöksi voidaan mieltää mikä tahansa yrityksen toimintaympäristön jäsen tai jäsenryhmä niin julkiselta, yksityiseltä kuin kolmanneltakin sektorilta. Kumppanuutta ja sen merkitystä korostaessaan yritykset sekä puhuvat jo olemassa olevalle yhteistyöverkostolleen sitä vahvistaakseen että tuovat samalla julki ylipäättään kiinnostustaan yhteistyöhön. Samalla ne puhuvat ja pitävät ovia auki uusille yhteistyökumppaneille. Aiemmin mainittu kehittämisen halu viestittää samaa asiaa. Keskipohjalaisille yrityksille erityisen tärkeitä yhteistyökumppaneita näyttävät olevan sellaiset tahot, joiden kanssa yhdessä toimien niiden on mahdollista tai ainakin helpompi tarjota asiakkailleen kokonaisratkaisuja alkaen suunnittelusta suunnitelmien toimeenpanoon ja viimeistelyyn ja myöhemmin myös asiakkaan toiminnan ylläpitoon erilaisine huolto- ja muine tarpeellisine toimenpiteineen. Konkreettisesti kysymys

on samasta kohderyhmästä kuin keskittymistä ja erikoistumista korostavassa puheessa: toiset yritykset, joilla on edellytyksiä ja halua lähteä tekemään argumentoijan kanssa molempia osapuolia tyydyttävää tuotannollista tai muuta kumppanuusyritysten tavoittelemia asiakkaita palvelevaa yhteistyötä. Kumppanuuspuheen toinen relevantti kohderyhmä ovat asiakkaat. Pienikin yritys voi uskottavasti perustella resurssiensa ja ammattitaitonsa riittävyttä suurienkin kokonaisuuksien toimittamisessa, jos se voi viitata asiakkaan kannalta merkityksellisiin tai tämän arvostamiin mahdollisesti nimekkäisiinkin tai ainakin alaa tuntevien keskuudessa tunnettuihin yhteistyökumppaneihin, niin yrityksiin kuin muihinkin toimijoihin.

Yhteistyössä syntyvien kokonaisratkaisujen tuottamista korostaessaan yritykset puhuvat asiakkaille, jotka arvostavat kokonaisuuksien hallintaa ja yrityksen kykyä eritellä ja arvioida kunkin asiakkaan yksilölliset tarpeet ja toiveet. Kohderyhmälle on tärkeää, että tuotteen tai palvelun tuottaja kykenee ja haluaa ottaa vastuun asiakkaan odotusten täyttämisestä. Kohderyhmälle on toisin sanoen merkityksellistä, että se voi luottaa siihen, että sen tarpeisiin vastataan asianmukaisella, toimivalla ja asiakkaan toimintaa parhaalla mahdollisella tavalla palvelevilla ja tarvittaessa muunneltavilla tuotteilla ja palveluilla niin, että tämä itse voi keskittyä häiriöttä omaan työhönsä. Käytännössä tämä voi tarkoittaa esimerkiksi toisia yhteisöjä tai yrityksiä, joilla on omat asiakkaat palveltavanaan ja joiden on siksi voitava luottaa palveluketjun toimivuuteen (vrt. esim. 59 & 64, ks. myös 99).

Yhteenvedona voi todeta, että useissa teksteissä diskurssit ja niissä rakentuvat identiteetit kietoutuvat toisiinsa lopulta niin, että lyhytkin teksti kertoo yrityksestä eri lukijoille eri asioita heidän kiinnostuksensa ja tarpeidensa mukaan (ks. kuvio 6). Samat tekstit voidaan toisin sanoen kohdistaa useille sidosryhmille tai verkoston jäsenille (vrt. yritysten teksteistä mm. esimerkit 19 & 20; vrt. esim. Jokinen ym. 1993, 24–25; vrt. myös esim. Edwards 1998, 19–20 ja identiteetin relevanssi). Sen lisäksi voi sanoa, että yritysten puheessa asiakkaat ovat tärkeitä sidosryhmiä kaikkien tässä tutkimuksessa tunnistettujen yrityksille rakentuvien identiteettien näkökulmasta. Jonkinlaista erittelyä identiteeteittäin on kuitenkin sidosryhmittäin tehtävissä. *Asiantuntijaksi* asemoituessaan yrityksille merkityksellisiä sidosryhmiä ovat ennen kaikkea niin sellaiset asiakkaat, jotka ovat perehtyneitä yrityksen edustaman toimialan tuotteisiin tai palveluihin, kuin toisaalta asiakkaat, joilla ei ole erityisempää asiantuntemusta yrityksen toimialan suhteen. Yritykset rakentavat asiantuntijuuttaan niin kattavasti argumentoiden, että asiakkaita kohderyhmänä ei tämän identiteetin perusteella voi tarkemmin eritellä selittämättä erittelyä yksityiskohtaisemmin asiantuntijuutta rakentavien komponenttien ja retoristen keinojen ja argumentoinnin tavoilla. Muita erityisen merkityksellisiä sidosryhmiä asiantuntijuuden näkökulmasta ovat toiset yritykset, jotka haluavat ja kykenevät tekemään hedelmällistä yhteistyötä asiantuntijuuttaan argumentoivan yrityksen kanssa. Kolmanneksi asiantuntijuuspuheessa korostuvat potentiaaliset rekrytoitavat. *Perinteisiksi toimijoiksi* identifioituvien yritysten teksteissään korostamia sidosryhmiä asiakkaiden ohella ovat niin julkisen kuin yksityisenkin sektorin rahoittajat ja paikal-

linen julkinen sektori eli hallinnolliset toimijat (esimerkiksi sijaintikunta). Perinnepuheessa korostuviin sidosryhmiin kuuluu myös niin nykyinen kuin potentiaalinen tulevaakin henkilökunta. *Kumppanuutta* korostava puhe kohdentuu yrityksen koko toimintaympäristölle mahdollisena yhteistyökumppanina. Erityisesti yhteistyötä korostava puhe kohdentuu jo olemassa oleville yhteistyökumppaneille. Asiakkaista korostuvat ennen kaikkea räätälöityä palvelua odottavat ryhmät. *Kokonaisuuksien toimittamista* koskeva puhe on niin ikään useimmiten suunnattu näille yritysten suosimaa metaforaa käyttäen avaimet käteen - palvelua arvostaville asiakkaille.

Kaikkiaan yritysten puheessa korostuvat yrityksen ulkopuolella toimivat ja vaikuttavat sidosryhmät – ainoastaan perinnepuhe on selvästi suunnattu yrityksen sisälle eli omalle henkilökunnalle ja omistajille. Yritysten puheesta on erikseen tunnistettavissa ja nimettävissä lopulta vain muutamia sidosryhmiä: keskeisiä – ensisijaisia – yritysten puheen perusteella yksilöitävissä olevia sidosryhmiä ovat asiakkaat, mahdolliset yhteistyöyritykset sekä nykyiset työntekijät ja potentiaaliset rekrytoitavat. Suuntautuminen ulospäin kertoo mielestäni siitä, että teksteillä tavoitellaan laajaa yleisöä. Vaikka aktiivista yhteistyötä ei kaikkien mahdollisten tahojen kanssa alituisen tehtäisikään, kanavia kuitenkin pidetään auki ja kunnossa moneen suuntaan. Suunnatessaan puheensa ulkoisille sidosryhmille yritykset kategorisoituvat muita arvostaviksi ja siten muiden kanssa tasavertaisiksi toimintaympäristön jäseniksi. Kumppanuusidentiteetin korostaminen vastauksena mitä-kysymykseen vahvistaa tätä vaikutelmaa. Tuntumaksi jää, että yritykset itse suhtautuvat nimeämiinsä sidosryhmiin ja ylipäättään toimintaympäristöön enemmän toiminnan mahdollistajana kuin toiminnan haasteena (ks. Carroll & Buchholtz 2003, 81). Ne haluavat painottaa ennen kaikkea yhteistyön tarjoamia moninaisia mahdollisuuksia ja hyötyjä niin niiden omalle kuin yhteistyökumppanienkin toiminnalle, vaikka ympäristön vaatimusten tai odotusten asettamia haasteita ja niiden arvoa toiminnan vauhdittajana eivät väheksyisikään (vrt. Altman & Vidaver-Cohen 2000).

8.3 Yritykset hyvinvoinnin rakentajina?

8.3.1 Menestyvät yritykset ja hyvinvointi

Yritykset eivät teksteissään suoraan puhuneet hyvinvoinnista ainakaan sillä tavoin, että teksteistä olisi voinut tunnistaa minkäänlaista eksplisiittistä ”hyvinvoinnin rakentajan” identiteettiä. Edes taloudellista hyvinvointia tai oikeammin tämän tutkimuksen termin aineellista pääomaa eksplisiittisesti rakentavia diskursiivisia yksiköitä ei teksteistä ollut tunnistettavissa siinä määrin, että niistä olisi voinut koota hyvinvointia konstruoivia merkitysten kokonaisuuksia eli identiteettejä. Kirvestä ei kuitenkaan sen takia vielä tarvitse heittää kaivoon tutkittaessa keskipohjalaisten yritysten potentiaalia ja merkitystä toimintaympäristönsä hyvinvoinnin tuottajina tai mahdollistajina. Drucker (1969, 14) puhuu yri-

tysten hyvinvointia rakentavasta merkityksestä niiden ympäristöönsä tuottaman aineellisen hyvän, vaurauden ja varallisuuden, tuottajina. Valitsemalla tutkimuksen kohteeksi taloudellisesti menestyviä, kannattavia yrityksiä tutkija on jo varmistanut, että hän johtopäätöksissään voi todeta yritysten rakentavan toimintaympäristönsä hyvinvointia ainakin druckerilaisessa mielessä. Myös niin EU:n komissio kuin monet yritystutkimuksetkin (Hautamäki 2000, Taipalinen & Toivio 2004) painottavat tätä yritysten – itsestään selvää? – ominaisuutta ja sen merkitystä.

Hyvinvointi kokonaisuudessaan samoin kuin yritysten hyvinvointia rakentava merkitys voidaan kuitenkin mieltää huomattavasti moniulotteisemmin, vaikka taloudellisen hyvinvoinnin ja vaurauden merkitystä jollekin alueelle ei olekaan syytä väheksyä kuten jatkossa käy ilmi. Tutkimustani motivoi alun perin jonkinlainen intuitiivinen tuntuma siitä, että yritysten hyvinvointia rakentavan merkityksen käsittäminen pelkästään taloudelliseksi hyväksi on hyvin kapea-alainen näkemys asiasta. Tutustuminen konstruktionistisen todellisuuskäsityksen tarjoamiin mahdollisuuksiin oman toimintaympäristön muokkaamiseen ja siihen vaikuttamiseen sekä erityisesti uudempaan hyvinvoinnin sisältöjä ja merkityksiä käsittelevään kirjallisuuteen ja teoretisointiin (Layard 2005, Frey & Stutzer 2002) vahvisti tätä tuntumaa. Se avasi minulle niin todellisuuden kuin hyvinvoinninkin rakentuvaa luonnetta ja aktiivisen rakentamisen ja muokkaamisen mahdollisuuksia ja merkitystä. Sen perusteella alkoi myös näyttää siltä, että omine intuitiivineni olin oikeilla jäljillä yritysten alueellisen merkityksen, vaikuttamismahdollisuuksien ja vaikutusvallan suhteen. Myös Allardt (esim. 1976) hyvinvoinnin kolmine ulottuvuudeksi ja niiden subjektiivisine ja objektiivisine merkityksineen rohkaisi tutkimusta eteenpäin. Kuten aiemmin olen todennut, Allardt näyttäisi pohdintoineen olleen kovasti aikaansa edellä verrattaessa hänen näkemyksiään vuosituhannen vaihteen molemmin puolin virinneeseen hyvinvointikeskusteluun ja -tutkimukseen (ks. myös Inglehart 1990). Allardthan puhui elintasosta, joka perustuu niin kutsuttuun aineelliseen hyvään, ja elämänlaadusta, jota rakentavat niin sosiaaliset suhteet kuin mahdollisuus mielekkääseen elämään (itsensä toteuttaminen ym.), ja näiden hyvinvointia rakentavien elementtien keskinäisestä sidoksisuudesta – Allardt in sanoin muunneltavuudesta. Allardt in näkemykset olivat omiaan edelleen vahvistamaan käsitystäni yritysten moniulotteisesta merkityksestä.

Niinpä jo pelkästään hyvinvoinnin kolmen ulottuvuuden ja niiden toisiinsa kietoutuneisuuden ja keskinäisen sidoksisuuden näkökulmasta yrityksiä on mielekäästä tarkastella toimintaympäristönsä hyvinvoinnin rakentajana edellä mainittua Druckerin määritelmää laajemmin. Toimintaympäristönsä taloudellista perustaa rakentaessaan ne samalla vaikuttavat myös muihin kuin alueen taloudellisen toiminnan mahdollisuuksiin ja tilaan. Yritysten tuottaman vaurauden turvin voidaan edellä kuvatusti rakentaa ja ylläpitää esimerkiksi toimintaympäristön julkisia rakenteita ja palveluita. Yksilöiden ja yhteisöjen on mahdollista toimia ja toteuttaa itseään yritysten tarjoaman toimeentulon ja työllistymismahdollisuuksien ja -vaihtoehtojen myötä niin työtä tekemällä kuin vapaa-aikanakin (vrt. myös Sen 1993 ja kyky valita), ja työ tai paremminkin työ-

paikka sosiaalisena yhteisönä tai sen myötä syntyvät sosiaaliset kontaktit tarjoavat yhteisyyden kokemisen mahdollisuuksia. Pyrkinessään toimimaan niin, että viivan alle jää positiivinen luku, yritys vaikuttaa väistämättä omaan toimintaympäristöönsä aivan siitä riippumatta, kategorisoiko yritys itse itsensä alueellisen hyvinvoinnin rakentajaksi tai tiedostaako sen oman merkityksensä tästä näkökulmasta muutoinkin kuin omien toimintaedellytystensä ja -mahdollisuuksien turvaajana. Yritykset ovat kannattavalla toiminnallaan sekä tuottamassa aineellisia, elintaso (vrt. Allardt 1976) rakentavia hyvinvoinnin mahdollisuuksia että myös vaikuttamassa ja muokkaamassa hyvinvoinnin aineettomia edellytyksiä eli elämänlaatua. Allardt (1976) puhuu toisiinsa sidoksissa olevista hyvinvoinnin edellytyksistä ja ulottuvuuksista hyvinvoinnin muunnettavuutena ja syy- ja vaihtonäkökantoina. Niiden perusteella voidaan sanoa jopa niin, että yritykset vaikuttavat toimintaympäristönsä hyvinvointiin, halusivat ne sitä tai eivät. (Vrt. Jokinen 1993, 42–43; Potter & Wetherell 1987, 177–179.) Vaikuttaminen ja sen mahdollisuudet eivät ole motivaatiosta tai sen luonteesta kiinni.

8.3.2 Yritysten identiteetit ja toimintaympäristön hyvinvointi

Yllä kuvattuja päätelmiä yrityksistä voi tehdä jo pelkästään hyvinvoinnin erilaisista määritelmistä käsin menemättä sen syvemmälle siihen, mitä yritykset itsestään haluavat kertoa. Vaikka keskipohjalaisyrietykset eivät teksteissään ääneen puhukaan itsestään sen paremmin alueen kuin muunkaan hyvinvoinnin rakentajina, jotakin yritysten hyvinvointia rakentavasta merkityksestä on kuitenkin sanottavissa myös niiden diskursiivisen identifioitumisen ja sen tapojen nimissä. Asiantuntijaksi kategorisoituvat yritykset rakentavat kuulijoidensa luottamusta omaan osaamiseensa ja ammattitaitoonsa. Luottamusta valamalla ne pohjustavat omaa legitimaatiotaan ja varmistavat konkreettisesti omien tuotteidensa ja palveluidensa menekkiä – menekin merkitystä ei tarvinne erikseen korostaa yrityksen toiminnan kannattavuuden perustana. Taloudellisesti kannattava yritys kykenee ylläpitämään ja jatkamaan toimintaansa ja turvaamaan niin työpaikat kuin niiden myötä toimeentulonkin yrittäjille ja yrityksen työntekijöille. Asiantuntijaksi kategorisoituvien yritysten voidaan sanoa olevan mukana rakentamassa aineellisilta rakenteiltaan vakaata ja ennakoitavaa, mahdollisesti turvalliseksikin koettavaa toimintaympäristöä, jota esimerkiksi Layard (2005) ja Argyle (1992) pitivät merkittävänä hyvinvointia ja onnellisuuden kokemista mahdollistavana tekijänä (vrt. myös Frey & Stutzer 2002).

Ammattitaitoisesti perustehtävänsä toteuttavat ja siten kannattavan toimintansa edellytyksiä vahvistavat yritykset turvaavat toisin sanoen moninkin tavoin aineellisia hyvinvoinnin resursseja. Samalla ne rakentavat toimintaympäristönsä yhteisö- ja yksilöllisten jäsenten osallistumisen ja vaikuttamisen sekä sosiaalisten kontaktien luomisen ja ylläpitämisen mahdollisuuksia. Yrityksillä on siten merkitystä toimintaympäristönsä henkisten resurssien tuottajana ja mahdollistajana. Allardtin (1976) käsittein yritykset osallistuvat asiantuntijaksi kategorisoitumalla niin toimintaympäristönsä having-, loving- kuin being-ulottuvuudenkin rakentamiseen; Freytä ja Stutzeria (2002) mukailten niiden voi

asiantuntijaksi identifioitumalla sanoa rakentavan toimintaympäristönsä onnellisuuden kokemista mahdollistavia olosuhteita (vrt. myös Layard 2005).

Koska perinteikkään toimijan, kokonaisratkaisujen toimittajan ja kumppanin identiteetit osaltaan rakentavat oman alansa hallitsevan toimijan identiteettiä, kaikilla neljällä yritysten teksteistä tunnistamalla identifioitumisen tavalla voi sanoa olevan merkitystä yritysten toimintaympäristön hyvinvoinnin rakentamisen kannalta. Muun kuin ensisijaisesti aineellisen varallisuuden ja sen mahdollistamien palvelujen rakentamisen ja tuottamisen näkökulmasta näistä identiteeteistä erityisen kiinnostavia ovat yhteistyökumppanin ja perinteikkään toimijan identiteetit sekä näitä kahta identiteettiä rakentavat diskurssit. Kumppaniksi kategorisoituminen näyttäisi vaikuttavan yritysten toimintaympäristön hyvinvointiin vahvistamalla alueen eri toimijoiden verkostoa ja siinä vallitsevia sosiaalisia kontakteja. Fuller ja Tian (2006) ja Putnam (2000) ovat nimenneet tämän verkoston ja sen poikimat hyödyt sosiaalisiksi pääomaksi. Sosiaalinen pääomahan rakentui sosiaalisista suhteista ja kontakteista – niiden olemassaolosta, määrästä ja laadusta (vrt. myös Allardt ja being). Yhteistyökykyiset ja -haluiset yritykset ovat mukana rakentamassa sosiaalisen pääoman luomiselle, ylläpitämiselle ja kartuttamiselle otollisia olosuhteita ja toimintaympäristöä. Osoittamalla olevansa varteenotettavia yhteistyökumppaneita ne luovat pohjaa uusille yhteistyökuvioille ja sosiaalisille kontakteille. Onnistunut yhteistyö – kuten menestyksekkäät kokonaistoimitukset ja räätälöidyt kokonaisuudet ja mahdollisuus niiden tuottamiseen ja rakentamiseen yhdessä muiden toimijoiden kanssa – on omiaan ruokkimaan toimijoiden keskinäistä luottamusta (ks. esim. Layard 2005, 145). Allardtin käsittein sosiaalinen pääoma lähenee hyvinvoinnin loving-ulottuvuutta, joka piti sisällään erilaisten työssä ja vapaa-ajalla mahdollistuvien yhteisyyssuhteiden määrän ja laadun.

Yhteistyökumppaniksi tunnustautumalla yritys paitsi osallistuu itse alueen toiminnan edellytysten rakentamiseen myös ”myöntää” muiden toimijoiden merkityksen oman toimintansa mahdollistajana. Ne tunnustavat verkoston muiden jäsenten merkityksen, näiden osallisuuden ja vaikuttamisen mahdollisuuden ja vaikutusvallankin omaan toimintaansa. Kumppanuusdiskurssi ja sen rakentamisen tavat osoittavat yritysten haluavan asemoitua tasavertaiseksi, ei sen enempää hallitsevaksi kuin alistuvaksikaan verkoston jäseneksi. Tuen ja avun tarve myönnetään, mutta puheen tapa on kuitenkin varma ja rohkea: itseän ja omaan ammattitaitoon ja kykyyn vastata asiakkaiden tarpeisiin uskotaan. Tasavertaisessa yhteistyöverkostossa kunkin toimijan on ainakin periaatteessa mahdollista saada äänensä kuuluviin niin halutessaan, mikä vahvistaa kokemusta osallisuudesta samoin kuin omasta vaikuttamisen mahdollisuudesta (being). Tämän puheoikeuden (vrt. puhujakategoriolla vahvistaminen) tukemana alueen resursseja on mahdollista yhteisymmärryksessä sovitella yhteen niin, että kukin taho voi keskittyä siihen, mitä parhaiten osaa. Se lisää myös yhteistyön onnistumisen mahdollisuuksia, mikä puolestaan edellä kuvatusti voi vahvistaa toimijoiden keskinäistä luottamusta, joka vaikuttaa yhteistyösuhteiden laatuun (loving). Marsdenia (2000) ja Waddellia (2000) mukailleen tietoisuus työn jakamisen mahdollisuudesta ja luottamus yhteistyön mahdollisuuteen tar-

vittaessa ja kokemukset sen onnistumisesta ovat omiaan tukemaan ja vahvistamaan niin yksittäisen toimijan menestyksellistä toimintaa kuin koko yhteisön toimivuutta.

Joskus yli sukupolvienkin jatkuneen toiminnan voi sanoa vakiinnuttaneen yritysten aseman toimintaympäristönsä kalustoon kuuluvana alueellisenä toimijana ja yhteistyökumppanina. Perinteisyyttä korostamalla yritys rakentaa itseään tutuksi, vakaaksi ja luotettavaksi toimijaksi. Pitkään jatkuneen toiminnan myötä yritys ja sen toimintaympäristön muut osapuolet ovat voineet tutustua toistensa tapaan olla ja toimia, mikä helpottaa ja jouhevoittaa esimerkiksi yhteistyöverkoston kommunikointia ja edelleen tiedon kulkua verkostossa. Verkoston eri osapuolten toiminta ja reaktiot ovat myös paremmin ennakoitavissa erilaisissa tilanteissa. Tiedon kulku ja avoimuus tiedonvälityksessä lisää luottamuksen kokemisen mahdollisuutta, mikä edellä kuvatusti vahvistaa niin vuorovaikutussuhteita kuin niiden laatuakin. Perinteitä korostavat diskurssit ovatkin tärkeä hyvinvointia mahdollistava tekijä nimenomaan sosiaalisen verkoston laadun näkökulmasta.

8.3.3 Keskipohjalaisyrietykset hyvinvoinnin näkökulmasta - yhteenveto

Yritykset eivät teksteissään puhu suoraan halustaan vaikuttaa tai osallistua toimintaympäristönsä ylläpitämiseen ja kehittämiseen. Ne eivät ääneen, eksplisiittisesti kategorisoidu sen paremmin taloudellisen kuin muunkaan hyvinvoinnin rakentajiksi. Yritysten teksteissä rakentuvien identiteettien pohjalta niiden voi kuitenkin sanoa rakentuvan implisiittisesti toimintaympäristön hyvinvointia tuottavina toimijoina. Tällä tarkoitan sitä, että alueellisen hyvinvoinnin rakentajan identiteetti syntyy yritysten toiminnan ja siinä eksplisiittisesti rakentuvien identiteettien sivutuotteena – tavoittelivat (ja halusivat) yritykset sitä tai eivät (vrt. Jokinen ym. 1993, 42–43; Potter & Wetherell 1987, 177–179) –, kun identiteettejä tarkastellaan eri hyvinvointinäkökulmista. Yritykset näyttäisivät rakentavan niin toimintaympäristönsä aineellisia kuin aineettomiakin resursseja, joista jälkimmäisillä viittaaan yritysten mahdollistamiin, rakentamiin ja ylläpitämiin sosiaalisiin kontakteihin ja niiden määrään ja laatuun sekä alueen tarjoamiin osallistumisen ja vaikuttamisen eli itsensä toteuttamisen mahdollisuuksiin (vrt. Allardt ja having, loving, being) ja ympäristön turvallisuuteen ja vakauteen eli sen toimivuuteen (vrt. Layard 2005).

Uskaltaudun nimeämään yritysten rakentamat aineelliset resurssit aineelliseksi pääomaksi ja aineettomat resurssit sosiaalisiksi ja henkiseksi pääomaksi. Sosiaalisella pääomalla viittaaan edellä mainittuihin kontakteihin ja niiden määrään ja laatuun ja henkisellä pääomalla osallistumisen ja vaikuttamisen mahdollisuuksiin sekä turvallisiin ja vakaisiin olosuhteisiin. Nämä kolme yritysten tuottamaa pääoman lajia mahdollistavat ja rakentavat yritysten toimintaympäristöön sellaista ”tilaa”, jossa hyvinvoinnin kokeminen on mahdollista (ks. kuvio 8). Uskaltautumisesta puhun siksi, että tiedän varsin hyvin sosiaalisen pääoman olevan varsin kulunut, kovin laaja-alainen ja kenties jonkun mielestä jo loppuun kaluttukin käsite. Koska yritysten taloudellista varallisuutta ja pääomaa alueelle tuottava identiteetti lankeaa niille kuin luonnostaan, mielestäni

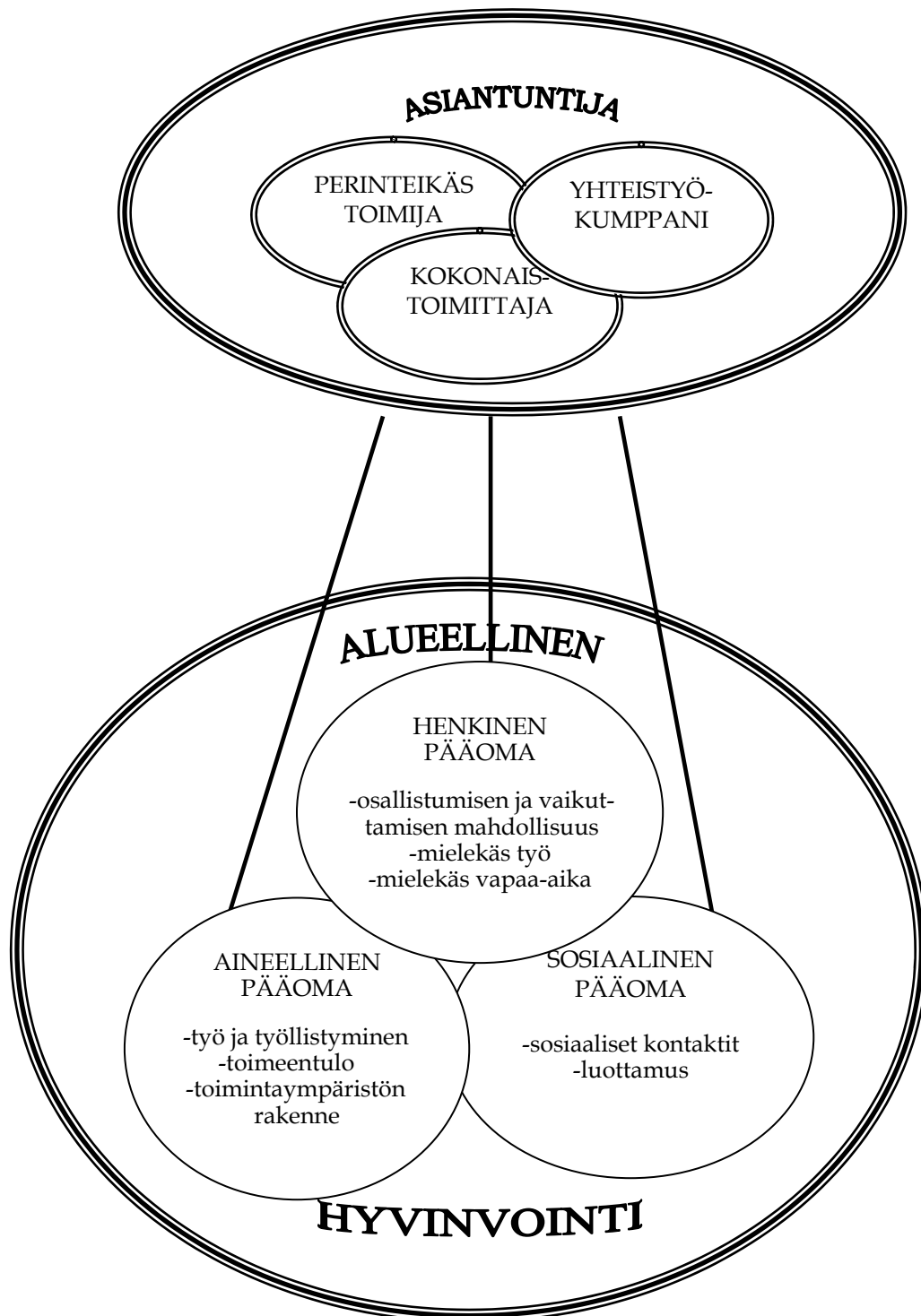
on yhtä lailla luontevaa ja perusteltua hyödyntää pääoman käsitettä myös ai-neettomia resursseja kokoavana määreenä edellä määrittelemälläni tavalla. Hyvinvointia rakentavat eri pääoman lajit lähenevät vahvasti Allardtin nimeämiä kolmea hyvinvoinnin ulottuvuutta, mutta ne eivät ole niiden kanssa aivan identtisiä. Osittain myös tästä syystä katsoin parhaaksi nimetä keskipohjalaisyritysten tuottamat hyvinvointikomponentit yllä kuvatulla tavalla.

Mainittakoon tässä vielä erikseen yritysten argumentoinnin tapa ja niiden käyttämän retoriikan luonne yhtenä hyvinvointia mahdollistavana tekijänä. Argumentoinnin tapojen - maltillisuus, puolustavuus - ja sen kohderyhmien - kaikki "kuviteltavissa olevat" yleisöt - perusteella yritykset pitävät auki yhteistyön mahdollisuuksia kaikkiin suuntiin. Keskipohjalaisyritysten voikin sanoa vahvistavan ja kartuttavan luottamuksellisen yhteistyön mahdollisuutta (kontaktien määrä) ja vaalivan olemassa olevien sosiaalisten kontaktien laatua. Yritysten teksteissään viljelemä puolustava retoriikka on omiaan rakentamaan pohjaa yritysten ja niiden toimintaympäristön keskinäisille toimiville ja mahdollisesti luottamuksellisillekin suhteille. Potentiaalinen verkosto on laaja, ja se halutaan säilyttää sellaisena, jotta yhteistyötä voidaan tehdä ja siihen oltaisiin eri tahoilla valmiita tarpeen mukaan.

Alueellinen siinä kuin muukin hyvinvointi on vyyhti, jossa eri tekijöiden välisiä sidoksia ja riippuvuussuhteita on lopultakin aika vaikea erottaa toisistaan. Yritysten neljä identiteettiä rakentavat hyvinvoinnin eri komponentteja ristiin aivan samoin kuin hyvinvoinnin komponentitkin rakentavat ja mahdollistavat toisiaan. Eri pääoman muodot ovat Allardtin hyvinvointia rakentavien ulottuvuuksien tavoin keskenään vuorovaikutuksessa ja toisistaan riippuvaisia (vrt. resurssien muunneltavuus ja syy- ja vaihtonäkökannat). (Kuvio 8.)

Olennainen, vielä paitsioon jäänyt seikka ainakin pidempiaikaisten hyvinvointia mahdollistavien olosuhteiden rakentamisessa on yritysten toimintaa ohjaavat motiivit. Toiminnan sisäinen motivaatio - yrittäjien jonkinlaiset moraaliset tai tunnesiteet alueeseen ja yrityksen toimintaympäristöön - ja joskus toki myös yrityksen toimiala saattavat sitoa yrityksen tiukemmin kiinni alueeseen. Toimintaa ei esimerkiksi todennäköisesti siirretä kovin suruttomasti halveman työvoiman perässä alueelta muualle kuten silloin, kun yritystä luotsaavien tahojen tavoitteena on pelkästään omistajien tuottovaatimuksiin vastaaminen. Tämä viimeksi mainittu ulkoiseksi toiminnan motivaatioksi ja paineeksi kutsuttu yrityksen toimintaa ohjaava periaate (vrt. sidosryhmien asettamat haasteet ja odotukset) lienee omiaan kylvämään epävarmuutta yrityksen toimintaympäristöön, mikä taas edellä kuvatuista hyvinvoinnin näkökulmista syö hyvinvoinnin kokemisen mahdollisuuksia. (Vrt. esim. Jenkins 2006.) Keskipohjalaisyritysten toiminnan motiiveista ei niiden www-sivuilla rakentuvien diskurssien sen paremmin kuin puhtaasti hyvinvointiteorian näkökulmasta tarkasteltuna voi kuitenkaan sanoa juuri mitään. Mahdollisesti toiminnan perinteistä puhuminen ja niiden korostaminen viittaa näihin toiminnan sisäistä motivaatiota kuvaaviin tekijöihin niiden ammattitaitoa rakentavan merkityksen ohella. Tämän tutkimuksen aineisto ja tutkimuksen toteuttamisen tapa ei kuitenkaan anna eväitä

pohtia syvällisemmin yritysten toiminnan motiiveja ainakaan edellä kuvatussa mielessä.



KUVIO 8 Alueellinen hyvinvointi yritysten rakentamana

8.4 Keski-Pohjanmaa yritysten teksteissä

Nimettäessä keskipohjalaisyrietykset toimintaympäristönsä vaikuttajiksi ja sen hyvinvoinnin rakentajiksi on syytä kysyä, mikä on se toimintaympäristö, joka tässä tutkimuksessa keskipohjalaisiksi määritellyille yritykselle on merkittävä tai jota ne itse pitävät tekstiensä perusteella tärkeänä. Kotipaikkaan tai kotiseutuun jollakin tavoin viitanneilla yrityksillä ääneen mainitsemisen arvoinen ja siten jollakin tavoin merkityksellinen alue vaihteli omasta kotikunnasta tarkemmin määrittelemättömään pohjalaisuuteen. Kotipaikka tai -seutu tuli esiin joko yrityksen nimessä tai yrityksen valaistessa toimintansa historiaa ja juuria ja korostaessa niiden merkitystä esimerkiksi toimintansa laadun takeena. Keski-Pohjanmaastakin puhuttiin muutamassa yhteydessä, mutta maakunta ei nousut mitenkään voimakkaasti esiin yritysten teksteissä puhumattakaan maakunnasta käytyä keskustelua usein dominoivasta hallinnollisesta maakunnasta. Postin (2000) mainitsemaa toimialoittain painottuvaa toimintaympäristön sijaintia koskevia korostuksia en teksteistä löytynyt. Keskipohjalaisyrietyksille maakunnan rajoilla tai määrittelyllä ei niiden teksteissä korostuvien diskurssien tai identifioitumisen kannalta näyttäisi siis olevan suurta merkitystä.

Määrittelivät yritykset itselleen merkityksellisen toimintaympäristönsä rajat millä tavoin tahansa, (hallinnollisin perusteinkin rajattu) maakunta voidaan rakentaa aktiiviseksi, toimivaksi alueeksi jo pelkästään tekemällä näkyväksi alueen moninaista menestyväksi luokiteltua yritystoimintaa. Keskipohjalaisyrietysten menestys ei keskity jollekin yksittäiselle tai parille toimialalle tai muuttaman suuryrityksen käsiin. Ammattitaitoa ja asiantuntijuutta löytyy lähes alalta kuin alalta paljolti lähinnä pien- ja keskisuuriksi kokonsa puolesta luokiteltavista yrityksistä. Maakunta rakentuu niin monitaitoisena kuin moneen valmiinakin alueena. Alueella ei pelkästään tehdä monenlaista, vaan tekemiset ja toimintaideat myös kantavat itsensä ja toiminta saadaan kannattamaan. Uutta kehitellään ainakin toinen jalka maassa tavoitteena pidemmän tähtäimen kannattavuus ja yritysten elinkelpoisuus. Paitsi moninaisen yritystoiminnan vuoksi maakunta rakentuu varsin toiminnalliseksi, "tuotantosuuntautuneeksi" alueeksi myös yritysten omissa teksteissään suosimien argumentoinnin tapojen ja painotusten välityksellä. Merkityksellistä on se, mikä voidaan konkreettisesti osoittaa tapahtuneeksi ja todistaa käytännön toiminnan kautta. Hieman karkeasti sanoen alueella voitaisiin sanoa keskityttävän filosofoinnin sijaan käytännön työhön ja toimintaan, minkä myötä hyvinvointia syntyy alueelle, jos on syntyäkseen.

Keski-Pohjanmaata voi kuvata yritysten tekstien kautta identiteetiltään suvaitsevaksi tai ehkä paremmin ilmaistuna avarakatseiseksi maakunnaksi. Maakunta rakentuu yritysten teksteissä alueeksi, jossa tiedostetaan omien vahvuuksien lisäksi muiden toimijoiden erilaisuuden ja niiden erilaisten intressien ja tavoitteiden merkitys ja arvo omia toimintamahdollisuuksia ja vahvuuksia kasvattavana tekijänä. Suhtautuminen uuteen – oli kysymys sitten toimialoista, tuotteista tai palveluista tai yhteistyökumppaneista – on avointa ja ennakkoluu-

lotonta. Maakunta tarjoaa monenlaisille toimijoille tasavertaisia toiminnan mahdollisuuksia sekä tilaisuuden osallistua ja vaikuttaa omaan toimintaympäristöön. Näiden seikkojen puolesta puhuu muun muassa yritysten yhteistyöhakuisuus ja niiden teksteillään ja teksteissään tavoittelemat laajat yleisöt. Retoriikan maltillisuus kertoo osaltaan niin halusta vaalia yhteistyösuhteita kuin yhteistyökumppanien arvostuksestakin. Valmius ja halu uusiin yhteistyösuhteisiin tukee mahdollisuuksia löytää uusia toimintatapoja ja toiminnan mahdollisuuksia. Ne puolestaan rakentavat aluetta kehittyväksi ja aikaansa seuraavaksi toimintaympäristöksi.

Kyky arvostaa muita edellyttää oman arvon tuntemista ja uskoa itseensä – uskallusta tunnustaa yhteistyön merkitys ja joskus sen välttämättömyydenkin asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi. Yhteistyöhakuisuuden ohella monipuolinen toiminta ja oman ammattitaidon rohkea näkyväksi tekeminen kertoo kehittyvästä ja aikaansaavasta alueesta, joka ei väheksy saati pyytele anteeksi sen paremmin olemassaoloaan kuin toimintatapojaankaan: maakunta rakentuu yritysten teksteissä suvereeniksi toimijaksi niin lähiympäristössään kuin kansallisilla ja kansainvälisilläkin kentillä. Lisäksi muutaman yrityksen teksteissään esiin nostama paikallisuus itsessään (kotipaikan nimeäminen) siinä kuin ammattitaidon ja asiantuntijuuttakin argumentoivana tekijänä (keskipohjalainen laatu) osaltaan rakentaa maakuntaa itseään arvostavaksi alueeksi ja toimintaympäristöksi. Maakunta identifioituu yritysten teksteissä niin ikään alueeksi, jolla arvostetaan omaa historiaa ja menneisyyttä: omat vuosikymmenten ja jopa vuosisatojen takaiset perinteet ja niistä rakentuva ammattitaito on ylpeyden aihe.

Tekemällä näkyväksi toiminnan vastavuoroisuutta ja yritysten tarjoamia tasavertaisia osallistumisen mahdollisuuksia Keski-Pohjanmaa voidaan rakentaa toimivien rakenteiden ja kommunikaation alueeksi. Keskipohjalaisyriyten korostama (joskus pitkäkin) yhteinen historia niin yhteistyökumppaneiksi nimettyjen kuin alueen muidenkin, yritysten teksteissä kenties mainitsemattomien alueen toimijoiden ja sen asukkaiden kanssa vahvistaa käsitystä kommunikaation toimivuudesta. Yhtenäinen historia usein myös yhtenäistää verkoston kieltä, mikä osaltaan jouhevoittaa kommunikointia ja tekee siitä ennalta-arvattavaa. Yritysten vallitsevat, tunnistettavat diskurssit rakentuvatkin eri yrityksissä hyvin samankaltaisista asioista. Alueen toimijoiden keskinäisiä suhteita vahvistavan yhteisen historian myötä ne ovat myös muutoin oppineet tuntemaan toisensa ja toistensa toimintatavat, vahvuudet ja heikkoudet. Aluetta voisi tämän perusteella kuvata myös vakaaksi ja ennustettavaksikin toimintaympäristöksi.

Toki alueen rakentumisessa vakaaksi toimintaympäristöksi siinä kuin yritysten viljelemässä maltillisessa, yhtenäisessä retoriikassakin voi piillä myös ansa: alue saattaa rakentua sen pohjalta aavistuksen verran tylsäksi tai tapahtumaköyhäksi, yllätyksettömäksi ja virikkeettömäksi ja siten epäkiinnostavaksi ympäristöksi. Vakaus saattaa joskus näyttäytyä vaihtoehdottomuutena. Toisaalta se kertoo niin arvoiltaan, tavoitteiltaan kuin toimintaperiaatteiltaankin yhtenäisestä maakunnasta. Tämä, samoin kuin yritysten tapa osoittaa rohkeasti, vaikkakin useimmiten melko karusti ja riisutusti, osaavan asiansa, hallitsevan

laajoja kokonaisuuksia ja uskaltavan ottaa vastuuta suuristakin lupauksista, vahvistavat arvonsa tuntevan maakunnan identiteettiä. Oman arvon tunto, muiden arvostus ja yhteistyöhalu sekä rohkea ja ennakkoluuloton toiminta rakentavat maakunnalle vahvaa itsetuntoa.

8.5 Keskipohjalaisyrietykset toimintaympäristönsä ja sen hyvinvoinnin rakentajina

Luvun 8 lopuksi kertaan vielä lyhyesti vastaukset tutkimuksessa esitettyihin kysymyksiin. Vastausten perustelut on esitetty ja niiden esittämisjärjestys perusteltu aiemmin tässä luvussa.

Millaisia identiteettejä keskipohjalaisyrietykset diskursseissaan rakentavat?

Keskipohjalaisyrietyksille rakentuu niiden teksteissä neljä eksplisiittistä identiteettiä. Olen nimennyt identiteetit perinteikkään toimijan, yhteistyökumppanin, kokonaistoimittajan ja asiantuntijan identiteeteiksi. Kaikki yritykset kategorisoituivat asiantuntijaksi. 31 yritystä 35:stä asemoitui kahdella tai useammalla tavalla; osa identiteeteistä oli siis päällekkäisiä. Kolme ensin mainittua identiteettiä on erotettavissa yritysten teksteissä sekä itsenäisinä että toisiinsa sidoksissa olevina, toisiaan vahvistavina kategorioina. Sen lisäksi ne kaikki vahvistavat osaltaan asiantuntijan identiteettiä.

Miten keskipohjalaisyrietykset asemoituvat toimintaympäristössään sen hyvinvoinnin näkökulmasta?

Keskipohjalaisyrietykset eivät itse ääneen puhu itsestään toimintaympäristönsä hyvinvoinnin rakentajina ja tuottajina. Hyvinvointiteorioiden näkökulmasta yrityksistä on kuitenkin mahdollista puhua myös hyvinvointia toimintaympäristöönsä tuottavina toimijoina. Yritysten hyvinvointia tuottava merkitys rakentuu teksteissä implisiittisesti niiden toiminnan ja siinä rakentuvien identiteettien vahvistamana. Rakentaminsa eksplisiittisin identiteetein yritykset pyrkivät turvaamaan mahdollisuuksiaan kannattavaan toimintaan. Kannattavalla toiminnalla ne tuottavat ympäristöönsä aineellista hyvinvointia. Se lisää ja vahvistaa muun muassa niin mahdollisuuksia itsensä toteuttamiseen, vaikuttamiseen ja osallistumiseen, kuten mielekäs työ ja vapaa-aika, kuin sosiaalisiin kontakteihin muiden yhteisön jäsenten kanssa. Toisaalta kannattava toiminta mahdollistaa toiminnan jatkuvuuden, mikä osaltaan turvaa edellä mainittuja hyvinvoinnin kokemista mahdollistavia olosuhteita. Pk-yritysten voi kannattavan toiminnan mahdollisuuksia vahvistavien identiteettien sanoa tuottavan ympäristöönsä hyvinvoinnin kokemisen – subjektiivisen hyvinvoinnin, onnellisuuden – mahdollisuuksia rakentavia aineellisia ja aineettomia resursseja, jotka turvaavat hyvinvoinnin kokemisen kannalta tärkeiden tarpeiden tyydyttämistä ja valinnan

vaihtoehtoja monella tavoin. Nämä yritysten toimintaympäristöönsä tuottamat resurssit olen nimennyt aineelliseksi, henkiseksi ja sosiaalisiksi pääomaksi.

Millaista Keski-Pohjanmaata yritysten teksteissä rakennetaan?

Keski-Pohjanmaa rakentuu yritysten teksteissä runsaasti aineellisia ja aineettomia toiminnan mahdollisuuksia ja resursseja tarjoavaksi toimintaympäristöksi. Keski-Pohjanmaan maakunta identifioituu monitaitoiseksi, aktiiviseksi, rohkeaksi ja omanarvontuntoiseksi, ennakkoluulottomaksi ja aikaansa seuraavaksi alueeksi, jolla on vahva itsetunto. Maakunta tarjoaa monenlaisia toiminnan, tekemisen ja osallistumisen sekä työllistymisen mahdollisuuksia. Se asemoituu yhteistyökykyiseksi eri toimijoiden tasavertaiseksi verkostoksi, jossa osataan toimia tarkoituksenmukaisesti ja halutaan sitoutua kulloiseenkin toimintaan ja tehtävään täysipainoisesti. Alue rakentuu vakaaksi ja turvalliseksi ja samalla hieman jäyhäksi, yllätyksettömäksi ja vaihtoehdottomaksi – joskin toisaalta arvoiltaan, tavoitteiltaan ja toimintaperiaatteiltaan yhtenäiseksi – maakunnaksi. Aluetta voidaan kuvata välittäväksi (sosiaaliset kontaktit ja niiden ylläpito ja resurssointi) sekä kannustavaksi ja luovaksi (osallistumisen ja vaikuttamisen mahdollisuudet, ennakkoluulottomuus, omanarvontunto) maakunnaksi – kaikki ominaisuuksia, jotka on nimetty alueiden kilpailukyvyn (vrt. Himanen 2004) ja joita tämän tutkimuksen näkökulmasta voidaan pitää merkittävinä alueen toimintamahdollisuuksien turvaamisen ja elinvoimaisuuden edellytyksinä.

9 DISKUSSIO

9.1 Tutkimuksen arviointia

Konstruktionistisen tutkimusotteen mukaisesti olen tutkimusraportissani kaiken aikaa reflektoinut omaa tapaa tehdä analyysiä ja päätelmiä näkemysteni perustelemiseksi. Diskussio-osuuden aluksi haluan vielä erikseen arvioida koko tutkimusprosessia ja sen kulkua tutkimuksen luotettavuuden ja merkittävyydenkin arvioimiseksi sekä myös mahdollisia ja todennäköisiä vastaargumentteja ennakoidakseni.

Alun perin tutkimustani sysäsi liikkeelle jonkinlainen tarkemmin hahmotumaton ristiriitainen vaikutelma Keski-Pohjanmaan maakunnasta. Luvussa 2 olen yrittänyt konkretisoida sekä itselleni että lukijalle tätä käsitystä ja sen syntyä. Mitä paremmin Keski-Pohjanmaan maakunnasta käytävään keskusteluun ja siinä rakentuvaan Keski-Pohjanmaan todellisuuteen tutustuin, sitä valoisammaksi kuvani alueesta kuitenkin muuttui ja intuitiivisesti jännitteiseksi mieltämäni tilanne alkoi tuntua yhä vahvemmin oman mielikuvitukseni tuotteelta. Erityisesti yksittäiset keskipohjalaiset yritykset ja niiden menestys (ja sen kääntöpuolena työvoimapula) ovat olleet viime aikoina varsin paljon esillä julkisessa keskustelussa. Itse asiassa koko tutkimusaihe tuntui välillä valuvan käsistä kirjoittelun ja siitä syntyvän kuvan muuttuessa positiiviseen suuntaan. Saattaa olla, että tutkimusprosessin aikana keskustelun sävyt muuttuivat. Voi olla myös niin, että taantumus- (ja ristiriitoja korostava) puhe dominoi keskustelua siinä määrin, että löytääkseen muunlaisia kertomuksia asiaan on todella paneuduttava – mutta niitä on kuitenkin löydettävissä. Kolmas vaihtoehto on, että omat näkemykseni maakunnan identiteetistä ovat yhtä lailla painottuneita tai vääristyneitäkin kuin olen ajatellut maakuntaa koskevien valtakansallisten olojen olevan. Osoittautui siis tarpeelliseksi kyseenalaistaa sekä yleisiksi valtakansalliseksi mieltämäni maakuntapuhetta ja sen painotuksia että myös omaa ajattelua ohjailevia, mahdollisesti valtakansallisia myötäileviä ajattelun tapoja.

Maakuntapuhe on kuitenkin ollut varsin poukkoilevaa. Niinpä tutkijan helpotukseksi raja-, identiteetti- ja muu vastaava väittely virisi pienen hiljaiselon jälkeen uudelleen vuonna 2006 (ja on jälleen virinnyt aluehallinnon uudistamishankkeen myötä tätä kirjoitettaessa vuonna 2008). Uudelleen tuulta purjeisiin saanut keskustelu Keski-Pohjanmaan identiteetistä ja hallinnollisen Keski-Pohjanmaan olemassaolon oikeutuksesta valoi uskoa siihen, että aiheen tutkimista ja uusien näkökulmien etsimistä ja niiden näkyväksi tekemisen puolesta puhumista kannattaa jatkaa.

Tutkimustehtävän voi sanoa eläneen läpi koko tutkimuksen. Minulla on koko tutkimusprosessin ajan ollut vahva intuitio siitä, mitä haluan tutkia, enkä usko tavoitteideni kovin paljoa matkan varrella muuttuneen. Tutkimustehtävän pukeminen sanoiksi osoittautui kuitenkin yllättävän vaikeaksi. Niin tutkimuksen tekemistä koskevaan teoriaan perehtyminen kuin itse aineiston läpikäyminen on jatkuvasti avannut uusia näkökulmia ja ideoita tutkimustehtävän ja -kysymysten kiteyttämiseen, ja välillä on jo tuntunut siltä, että en edes halua määritellä tai yksilöidä tutkimuskysymyksiä parilla kolmella lauseella. Useampia tunteja olen vielä jo analyysin tehtyänikin viettänyt miettimällä, miten ensinnäkin kirjata ja tiivistää tutkimustehtävä niin, että se kuvaa sitä, mitä on tutkittu (koko ajan tietoisena siitä, mitä haluan tutkia), ja miten toisekseen muotoilla siitä kumpuavat tutkimuskysymykset niin, että ne sopivat konstruktionistisen viitekehyksen raameihin. Monia ensi alkuun hyvältä vaikuttaneita kysymysten hahmotelmia olen joutunut hylkäämään niiden ontologisen epäjohdonmukaisuuden vuoksi. Onko ja millainen -kysymyksillä on eroa (myös) tieteenfilosofisesta näkökulmasta.

Metodologiset pohdinnat olivat muutoinkin alkuunsa kovin tuskallisia, koska niiden merkitys tutkimuksen tekemisen kannalta oli minulle kovin hämärä – pragmaattikkona minulla oli kiire päästä itse asiaan eli yritysten tutkimiseen. Oppiessani tutkimusprosessin etenemisen myötä ymmärtämään metodologisen viitekehyksen yhteiskuntatieteellistä tutkimusta ohjaavaa merkitystä ja sen merkityksellisyyttä tutkimuksella saataville tuloksille ja tunnistaessani sen myötä jollakin tavalla omaa ongelmanasetteluani kuvaavia tieteenfilosofisia taustaoletuksia minua oli lopulta lähes mahdoton enää irrottaa näistä pohdinnoista. Välillä olin jo hylkäämässä yritykset tutkimisen kohteena kokonaan ja keskittymässä tutkimaan pelkästään erilaisten sosiaalista maailmaa ja todellisuutta koskevien taustaoletusten merkityksiä niin sosiaalisen todellisuuden mieltämiselle yleensä kuin erityisesti maakunnan todellisuuden rakentumiselle. Perusteellinenkaan metodologisten valintojen ja niiden merkityksen pohtiminen oman tutkimusprosessin kannalta ei silti suojannut minua ontologiselta häilyvyydeltä: aika pitkään pidin kiinni siitä, että yritysten teksteihin kätkeytyy jonkinlaisia salattuja merkityksiä tai kätkössä olevaa potentiaalia, jonka kaivaisin niistä näkyville. Lipsahdin siis heti alkuun omaksumieni konstruktionististen perusoletusten vastaiseen metodologiseen sudenkuoppaan etsimään sitä, mitä yritykset oikeasti ovat ja tekevät ja pyrkimällä sen pohjalta paljastamaan niiden ”todellista olemusta”.

Paljon olen myös pohtinut sitä, onko tutkimukseni lopultakaan konstruktionistinen tavoitteiltaan vai jääkö se konstruktivistiseksi – tyydynkö pelkästään tulkitsemaan ja ymmärtämään yritysten tekstejä ja niiden rakentamaa maailmaa ja toimintaympäristöä (ks. myös Burr 1995, 2 ja konstruktivismiin merkitykset) vaihtoehtoisten näkemysten esittämisen sijaan? Konstruktionistinen ulottuvuus on kuitenkin tutkimuksessa mielestäni vahvasti läsnä tehdessäni näkyväksi erilaisia alue- ja Keski-Pohjanmaan maakuntaa rakentavia diskursseja ja keskipohjalaisyriyten teksteissä rakentuvan vaihtoehtoisen maakunnan ja sen identiteetin resursseja (vrt. Jokinen ym. 1999) eli yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa paljon käytetyin termein osallistuessani keskusteluun maakunnan identiteetistä.

Valitsemaani konstruktionistista metodologiaa en sinänsä pidä kaiken kattavana maailman selitystapana tai muita näkemyksiä ”parempana”, mutta sen avulla pystyn mielestäni vastaamaan tutkimuksessa asettamiini kysymyksiin kohtuullisen hyvin. Olen myös tietoinen siitä, että diskurssianalyttisen viitekehyksen sisällä on monenlaisia suuntauksia, vaikka en niihin esittelemääni Potterin ja Jokisen sovellusta lukuun ottamatta ole tarkemmin tekstissäni paneutunutkaan. Eri paradigmojen pohdiskelun tavoin minun oli rajattava myös valitsemani metodologian esittelyä tutkimuksessani, jotta tutkimuksen tavoitteet ja niin kutsumani tutkimuksen ylöspano pysyisivät jollakin tavoin tasapainossa. Joka tapauksessa konstruktionistisista lähtökohdista voi olla helpompi ymmärtää sitä, miksi näkökulmat ja käsitykset samasta asiasta vaihtelevat, ja myös sitä, miksi esimerkiksi alueen elinvoimaisuuden kannalta on merkityksellistä, mitä korostamme missäkin yhteydessä, ja lopulta sitä, miten eri näkökulmat ovat muokattavissa ja rakennettavissa. Tulokset ja havainnot ovat käytäntöön sovellettavia osoittaessaan, kuinka periaatteessa jokaisella on mahdollisuus vaikuttaa vallitsevaan tilanteeseen ja mitä oma puheen tapa voi merkitä sosiaalisen todellisuuden rakentumiselle ja hahmottamiselle. Vaihtoehtoinen tapa ajatella on mahdollinen eikä edes valheellinen.

Tutustuessani yritysten yhteiskunnallista osallistumista ja vaikuttamista pohtivaan teoreettiseen keskusteluun ensimmäisiä löytöjäni oli, että useimmiten puhuttaessa yritysten osallisuudesta puhutaan itse asiassa niiden sidosryhmäsuhteista. Toki itse sidosryhmäteorian perusteet tunsin ennestään, mutta yritysten vaikuttamismahdollisuuksien ja -motiivien näkökulmasta en ole niitä aiemmin pohtinut – niin itsestään selvältä kuin tuo näkökulma nyt jälkeempään ajateltuna vaikuttaakin. Perehtyessäni tarkemmin erityisesti pk-yritysten ja niiden sidosryhmien väliseen vuorovaikutukseen ja vuorovaikutuksen tapoihin esiin nousi yhä useammin sosiaalisiksi pääomaksi nimetty vuorovaikutusta ohjaava ja siihen vaikuttava yhteisössä vallitsevien olo- ja sosiaalisten suhteiden ja tekijöiden vuorovaikutuksellinen ja vastavuoroinen kokonaisuus. Yritysten toimintaa jouhevoittavan sosiaalisen pääoman ylläpitämiseksi ja kasvattamiseksi yritysten tunnettuus, näkyvyys, erottuvuus ja ylipäätään asema ja asemoituminen alueen muiden toimijoiden joukossa osoittautuivat varsin merkitykselliseksi tekijöiksi, mikä osaltaan edelleen kannusti tutkimaan aihetta valitsemastani näkökulmasta. Kuten edellä olen todennut, sosiaalinen pääoma itsessään

lähenee mielestäni loving- eli yhtä Allardtin nimeämistä hyvinvoinnin kolmesta ulottuvuudesta. Tämä puolestaan johdatti minut määrittelemään yritysten identiteeteissä rakentuvaa alueellista hyvinvointia nimenomaan pääoman käsitteen avulla. Näin siksi, että johtopäätösten tekemisen työkaluna Allardtin hyvinvoinnin ulottuvuudet olivat oiva väline, mutta itse tekstissä tai johtopäätöksiä kiteyttäessäni ne jostakin syystä eivät tuntuneet toimivan kovin hyvin, vaikka niiden ja pääoman kautta määrittelemieni hyvinvoinnin ulottuvuuksien sisällöt ovatkin lähes yksi yhteen.

Tutkimuksen raameja hahmotellessani pohdin pitkään, mitä käsitettä käyttää yritysten diskursseissa rakentuvista erilaisista kategorisoitumisen tavoista. Vaihtoehtoina olivat niin mielikuva, imago, vaikutelma ja maine kuin identiteettikin, joista lopulta sitten valitsin viimeksi mainitun. Olen tutkimusprosessin kuluessa jatkuvasti joutunut muistuttamaan itseäni siitä, etten korvaa (ainakaan perustelematta) identiteetin käsitettä näillä mielessäni sen sukulaiskonstruktioiksi nimeämilläni käsitteillä. Ensin mainittujen käsitteiden käyttäminen ei liene mahdotonta näissä yhteyksissä identiteetin rinnalla, mutta se vaatisi kuitenkin niiden aukaisemista ja kyseenalaistamista identiteetikäsitteen tavoin, mikä johtaisi koko tutkimuksen sivuraiteille. Keskeistä tässä tutkimuksessa on etsiä vaihtoehtoisia, yritysten teksteissä rakentuvia mahdollisia identiteettejä Keski-Pohjanmaan maakunnalle, ei pohtia eri käsitteiden merkityksiä ja suhteita.

Kategorisoitumisen nimityksenä käsite "identiteetti" tuli konstruktionistista lähestymistapaa ja erityisesti organisaatioiden konstruoitumista käsittelevissä teksteissä usein esiin vastauksena kysymykseen "millainen". Tutkimukseni tavoitteiden ja luonteen vuoksi tuntui luontevalta muotoilla tutkimuskysymyksiä tämän kysymyksen ympärille, mikä johdatti ylläkuvatusti valitsemaan identiteetin käsitteen yritysten asemoitumisen kuvaajaksi. Kuten aiemmin totesin, itse konstruktionismin idean ja merkityksen ymmärtäminen tutkimusta ja sen käsitteistöä kokonaisuudessaan leimaavana ja läpäisevänä lähestymistapana otti minulla melko lujille. Identiteetti-käsitteen osalta se tarkoittaa, että ajatusmaailmassani ei alun perin ollut tilaa muille kuin niin sanotulle perinteiselle identiteetikäsitykselle toimijan "syvimpänä olemuksena", josta käsin määräytyvät kaikki tämän olemisen ja toiminnan tavat. Identiteetin käsitteen käyttäminen kuvaamaan yrityksiä ja niiden ominaisuuksia ja tapoja olla ja toimia tuntui niin ikään kovin vieraalta. Identiteetti leimautui mielessäni vahvasti elollisen yksilön - ihmisen - olemusta ja persoonallisuutta kuvaaviksi piirteiksi.

Diskurssianalyttiseen metodologiaan perehtymisen myötä aloin hiljalleen ymmärtää mahdollisuuden ja tarpeen mieltää myös identiteetti puheessa ja toiminnassa konstruoituvaksi ja sitä konstruoivaksi sosiaalisen todellisuuden osaksi. Itse asiassa vastatessaan kysymykseen "millainen" (ks. Whetten 1998) identiteetti konstruktioiksi miellettyinä on juuri sopiva konstruktio etsittäessä vastauksia tämän tutkimuksen ongelmiin. Sisäistettyäni jollakin tavoin uudenlaisen näkökulman identiteettiin seuraava tehtäväni oli ymmärtää eksplisiittisten ja implisiittisten identiteettien erot ja erilaiset rakentumisen tavat. Eksplisiittiset identiteetit ovat tunnistettavissa suoraan toimijan puheesta ja toimin-

nasta ja niissä toimijan esiin tuomista asioista – miltä toimija näyttää ja miltä se tai hän haluaa näyttää. Implisiittiset identiteetit puolestaan ovat niitä asemia tai asemoitumisen tapoja, jotka aktivoituvat näiden näkyvien identiteettien myötä kulloinkin olennaisesta kontekstista tarkasteltuna.

Identiteetin ja sen määrittelyn ja sille tämän tutkimuksen kannalta mahdollisten vaihtoehtoisten käsitteiden ohella tutkimuksessa käytettävä käsitteistö aiheutti muutoinkin paljon päänvaivaa. Ontologista horjahtelua kuvastaa, että minun oli alinomaa muistutettava itseäni käsitteiden kyseenalaistamisesta. Eri-tyisesti tieteen ja liikekielenkin itsestäänselvyyksien huomaaminen ja tunnistaminen oli välillä täyttä työtä. Yritin ylipäättään vältellä itsestään selvien käsitteiden käyttämistä niitä kyseenalaistamatta tai aukaisematta ja kiertääkin joitakin varsin kuluneiksi mieltämiäni vakiintuneita termejä. Tämä johti sitten tekstissäni hieman kankeisiin ilmaisuihin. Esimerkiksi osaaminen on yksi mielessäni hyvin kauhtunut käsite (vrt. osaaja), mutta sen korvaaminen asiantuntevista yrityksistä puhuttaessa ”alan hallinnalla” asiantuntijuuden yhtenä määreenä ei välttämättä ole kovin naseva ratkaisu. Yrityksistäni huolimatta en kiertelyssäni sitten aina onnistunutkaan. Niin identiteetin kuin muidenkin, erityisesti liikekielen jo institutionalisoituneiksikin nimettävien käsitteiden, kuten kilpailukyky ja innovaatio, merkitysten ja relevanttiuden pohtiminen on uskoakseni joka tapauksessa ainakin jossakin määrin auttanut minua välttämään käsitteellisten itsestäänselvyyksien viljelemistä ja valtakurssien toistamista ja uusintamista tekstissäni.

Aika pitkään tutkimuksen aihiota kehitellessäni rinnastin – kenties minun voisi myös sanoa sekoittaneen – surutta toisiinsa niin hyvinvoinnin, kilpailukyvyn, yhteiskuntavastuun kuin menestymisenkin käsitteet viitaten huoletta hyvinvoinnilla kaikkiin kolmeen viimeksi mainittuun. Toki esimerkiksi Taipalinen ja Toivio (2004) näyttäisivätkin rinnastavan yhteiskuntavastuun ja hyvinvoinnin toisiinsa. Kuitenkaan viimeaikaisten uutisten perusteella esimerkiksi yrityksen taloudellisella kilpailukyvyllä ja menestyksellä ei välttämättä ole mitään tekemistä sen toimintaympäristön kokonaisuhyvinvointia (vrt. hyvinvoinnin kolme ulottuvuutta) mahdollistavien olosuhteiden turvaamisen kanssa ainakaan kovin paljon kvartaaleja pidemmiksi ajanjaksoiksi (vrt. Bochum, Kemijärvi, Voikkaa; vrt. myös Layard 2005, 169–175). Vastuullinen toiminta saattaa pelkää kilpailukyvyistä huolehtimista paremmin lisätä myös yrityksen toimintaympäristön hyvinvoinnin mahdollisuuksia, paitsi jos se Björn Wahlroosin tavoin määritellään vain ja ainoastaan vastuuksi maksimoida osakkaiden toiminnasta saamat voitot. Luovuinkin mainituista rinnastuksista aika pian tutkimuksen kypsyessä ja tutkimusprosessin edetessä.

Tavoitteenani oli siis tunnistaa yritysten itsensä tekemiä kategorisointeja suodattamatta niitä omien ehkä tendenssimäistenkin oletusten ja ennakkokäsitysteni tai esimerkiksi pk-yrityksiä tai hyvinvointia koskevien teorioiden tai tutkimustulosten lävitse. Osoittautui kuitenkin melko hankalaksi pitäytyä pelkästään siinä, mitä yritykset itse sanovat ja millaisia diskursseja ne teksteissään rakentavat. Tämän tästä tekstejä lukiessani huomasin veteleväni johtopäätöksiä niin siitä, mitä yritys teksteillään tavoittelee, kenelle se puhuu ja miten sen sa-

nomiset menevät yksiin aikaisemman pk-yritystutkimuksen tulosten kanssa, kuin siitäkkin, mitä sanomiset merkitsevät alueen hyvinvoinnin kannalta. Tutkimusraporttia kirjoittaessani yritin ensi alkuun jäsenellä tekemiäni päätelmiä yritysten käyttämien retoristen keinojen perusteella välttääkseni vaikutelman tutkijan etukäteen nimeämistä luokista, joiden valossa diskursseja tunnustetaan. Minun oli kuitenkin luovuttava tästä jäsentelystä, joka yksinkertaisesti ei toiminut: aineisto ja siitä raportoiminen hajosi käsiin. Jäsenelläkseni analyysitekstin esimerkkeineen luettavaan, perusteltuun ja ymmärrettävään muotoon päädyin nimeämään yritysten teksteistä löytämiäni merkityskokonaisuuksia luvussa 7 esitellyllä tavalla. Luvussa nimetyt neljä diskurssia (ja niistä luvussa 8 johdetut identiteetit) ovat siis minun, ei yritysten itsensä tekemää luokittelua. Vain harvoin, jos ollenkaan, yritykset nimesivät itsensä ääneen ”perinteikkääksi toimijaksi”, ”yhteistyökumppaniksi”, ”kokonaisuusien toimittajaksi” tai ”asiantuntijaksi”. Identiteetit tuotettiin teksteissä pieninä paloina, toisin sanoen niiden määreet oli seulottava välillä hyvinkin pieninä hippuina tekstin lomasta. Olen pyrkinyt analyysin yhteydessä sitomaan tekemäni luokittelut tiiviisti niitä rakentaviin tekstikatkelmiin ja tuomaan julki kategorioiden rakentamisessa käytettyjä retorisia keinoja mahdollisimman tarkoin sekä perustellakseni kategorioiden nimeämistä että havainnollistaakseni itse analysointiprosessin kulkua.

Vaikka yrityksistä teksteissään ääneen rakentamiensa identiteettien perusteella voidaan puhua toimintaympäristönsä hyvinvoinnin rakentajina, jää identiteetteihin perustuva saalis hyvinvoinnin suhteen mielestäni melko laihaksi. Teksteissä implisiittisesti rakentuvaa hyvinvoinnin rakentajan identiteettiä merkittävämpänä pidänkin hyvinvoinnin moniulotteisuuden avaamia mahdollisuuksia yritysten hyvinvointia rakentavan merkityksen ja vaikutusvallan ymmärtämiseksi. Aineisto ja aiheeseen perehtyminen siis avasivat minulle konkreettisesti ennalta arvaamattomia näköaloja tutkimaani ilmiöön ja johdattelevat ajatteluni uusille urille diskurssianalyttisen tutkimuksen parhaiden perinteiden mukaan. Hyvinvointia rakentavan merkityksen tiedostamiseksi ja sen sekä alueen hyvinvoinnin ja vetovoimaisuuden – mikäli hyvinvoinnin ja vetovoimaisuuden aiemmin kuvatusti mielletään kulkevan käsi kädessä – näkyväksi tekemisen perustaksi näyttäisi riittävän, että tunnetaan hyvinvoinnin moninaiset ulottuvuudet ja kannattavien yritysten osuus ja mahdollisuudet hyvinvoinnin tuottajina myös muussa kuin sen taloudellisessa merkityksessä. Sen lisäksi on hyvä tuntea pk-yritysten erityinen merkitys ja ”luonne” alueensa ja toimintaympäristönsä vaikuttajana. Tämän seikan merkitys on korostunut ja konkretisoitunut vahvasti erityisesti viime aikoina, kun muistetaan mitä niin Suomessa kuin muuallakin Euroopassa tapahtuu suurissa, monikansallisissa yrityksissä (Stora Enso, Nokia). Suuryritysten kannattavuuden turvaaminen on usein jotakin muuta kuin sen toimintaympäristön toimintamahdollisuuksien turvaamista.

Laajahkon metodologisen katsauksen ohella olen perustellut sekä tapaani tutkia että tekemiäni johtopäätöksiä monella tavoin ja moneen otteeseen. Raja uskottavan ja riittävän sekä liiallisten ja mahdollisesti itseään vastaan kääntyvien perustelujen välillä on häilyvä. Aivan SAK:laisiin mittoihin tosin en taida

tekstissäni vielä yltää. Retoriikan opit muistaen on kuitenkin syytä miettiä, mitä mahdollinen yleisö jo tietää ja miten paljon perusteluita se sietää kokematta tulevansa aliarvioiduksi. Tämä pätee paitsi omassa tutkimuksessani tietysti myös Keski-Pohjanmaan identiteettejä muokattaessa. Tutkimuksessani on lisäksi paljon kolumnin ja ehkä pamfletinkin piirteitä, ja sen tieteellisyys kaikkine esimerkkeineen, metaforineen ja konkretisointeineen saattaa herättää epäilyksiä. Perustelen tutkimuksen kieltä ja sanavalintoja tutkimuksen pragmaattisilla tavoitteilla: haluan houkuttaa lukijaa pohtimaan vaihtoehtoisten hahmottamisen ja puheen tapojen merkitystä sosiaalisen todellisuuden rakentumiselle ja näkemään oman merkityksensä sen ja ehkä koko toimintaympäristönsäkin elinvoiman kannalta. Potterilaisittain ilmaistuna kaiken vuorovaikutuksen tavoin tämänkin teksti on retoriikkaa.

Yritykset ovat haastava, uskaltaisiko sanoa jopa hankala, tutkimuksen kohde, sillä tutkimus ja tutkimukseen valittu aineisto tuntuu usein laahaavan vähintään parisen askelta yritysten ajankohtaisen todellisuuden jäljessä. Esimerkiksi osa tämän tutkimuksen yrityksistä on jo aikaa (kuitenkin aineiston poiminnan jälkeen) myyty, fuusioitunut, vaihtanut omistuspohjaa tai kasvanut ulos pk-yritysmääritelmästä. Tietääkseni kaikki yritykset tai ainakin niiden sivutoimipisteitä ja tytäryhtiöitä kuitenkin vielä toimii Keski-Pohjanmaalla. Tutkimukseen mukaan valittavien yritysten rajaaminen ei kaiken kaikkiaan ollut aivan ongelmatonta. Jo itse pk-yrityksen virallinen määritelmä tuotti hankaluuksia. Esimerkiksi EU:n komission suositusten mukainen määritelmä ei mielestäni ole tutkimustehtäväni kannalta kovin tarkoituksenmukainen riippumattomuusvaatimuksineen. Halusin tutkia juuri niitä yrityksiä, jotka alun perin antoivat minulle aiheita pohtia keskipohjalaisia diskursseja, eli menestyneitä pk-yritysten kokoluokkaan kuuluvia toimijoita, ja niiden tarjoamia mahdollisuuksia kenties omaleimaiseenkin aluepuheeseen – varsinkin kun alueen yritykset menestyvät niin sanotusti kaikesta huolimatta (vrt. tutkimuksen tekemiseen motivoitun jännite). Syventyessäni toden teolla näiden yritysten internetistä löytyviin teksteihin ja karsiessani tutkittavien yritysten joukkoa osoittautui, että kooltaan pk-yrityksiksi määriteltävistä yrityksistä vain osa täytti puhtaasti edellä mainitut pk-yrityksen kriteerit. Lopulta ratkaisin ongelman tyytymällä rajaamaan tutkimuksen kohteeksi valittavaa aineistoa pelkästään yritysten koon ja kotipaikan sekä muutaman muun luvussa 3 kuvatun kriteerin perusteella. Riippumattomuutta olennaisempaa tämän tutkimuksen kannalta on se, että yritys toimii Keski-Pohjanmaalla ja on mukana vaikuttamassa ja rakentamassa aluetta ja sen olosuhteita.

Tutkimuksessa on mukana vain murto-osa kaikista Keski-Pohjanmaalla toimivista edellä mainituin rajauksin pieniksi ja keskisuuriksi määrittelemistäni yrityksistä, vuosina 2003–2004 taloudellisesti kaikkein parhaiten menestyneet yritykset. Taloudellisten tunnuslukujen käyttämistä itsestään selvänä ja institutionalisoituneenakin menestyksen mittana ja tutkimukseen valittavien yritysten poiminnan kriteerinä voi oikeutetusti kritisoida. Menemättä pidemmälle muiden mahdollisten menestyksen mittarien määrittelyssä tai ylipäättään koko me-

nestyksen merkityksen ja merkityksellisyyden pohtimisessa totean vain, että taloudellinen kannattavuus ei ole täysin yhdentekevää yrityksille tai niiden toimintaympäristölle, kuten tässäkin tutkimuksessa aiemmin on todettu. Taloudellisella menestyksellä on merkitystä yritysten toiminnan jatkamisen mahdollisuuksille ja tämän tutkimuksen perusteella koko alueen toimivuudelle ja elinvoimaisuudelle paitsi sen aineellisen myös sosiaalisen ja henkisen pääoman kartuttajana. Valintatavalla on myös puhtaasti käytännöllisiä perusteluja: ottamalla mukaan tutkimukseen näillä kriteereillä mitaten parhaimmisto minun on ollut mahdollista rajata analysoitava aineiston määrä jollakin tavoin diskursianalyttisestä lähestymistavasta käsiteltävään muotoon (vrt. Suoninen 2006). Toisekseen aineisto myös tarjoutui ikään kuin valmiina, yhden liikemaailman auktoriteetin (analyysiyhtiö Balance Consulting Oy; vrt. puhujakategorialla oikeuttaminen) luetteloimana tutkijan käyttöön.

Tutkimukseen mukaan valittujen taloudellisin mittarein parhaimmiston kuuluvien yritysten lisäksi Keski-Pohjanmaalta todennäköisesti löytyy moninkertainen määrä yrityksiä, jotka kantavat itsensä eli joiden toiminta on sillä tavoin kannattavaa, että ne yhtä lailla tutkimuksessa analysoitujen yritysten tavoin tuottavat varallisuutta ja erilaisia elämän edellytyksiä ja mahdollisuuksia ja siten myös hyvinvointia tai sen kokemisen mahdollisuuksia ympäristöönsä. Ne rakentavat ja muokkaavat alueen identiteettiä ja vaikuttavat siihen, vaikkeivät erityisesti pyrkisi kasvamaan tai muutoin kuuluisi alueen "kärkiyrityksiin" tässä tutkimuksessa määriteltyjen menestyksen kriteerien pohjalta. Alueen identiteetti voi yritysten rakentamana konstruoitua huomattavasti laajemmalle pohjalle kuin vain tässä tutkimuksessa mukana olleiden 35 yrityksen olemisen ja tekemisen tapoihin perustuen.

Tutkimuksen aineisto asetti omat haasteensa: tutkijan etuna pidetyn internetsivujen elävyyden ja nopean muokattavuuden mainitsin jo aiemmin hieman ongelmalliseksi omasta näkökulmastani. Yritysten kotisivujen siinä kuin yritysten omakin elävyys ja muuntuvuus tekee kuitenkin niistä herkullisen diskursianalyttisen tutkimuksen kohteen. Yritysten toiminta istuu lopulta aika heikosti ainakaan eksaktin mittaamisen kohteeksi lukuun ottamatta taloudellisten tunnuslukujen määrittämistä ja analysointia - tarkat funktionalistispohjaisen tieteen ihanteiden mukaiset mittaukset laboratoriomaisissa olosuhteissa tuottavat käytännön hyötyjen ja hyödynnettävyyden kannalta mahdollisesti vielä konstruktionististakin metodiikkaa elähtäneempää tietoa yrityksistä (vrt. Jokinen ym. 1993, 29; ks. myös Guba & Lincoln 1989, 175). Yritykset elävät todeksi konstruktionismin ajatusta toiminnalla muokattavasta ja vaikutettavissa olevasta sosiaalisesta todellisuudesta muovaamalla sitä omaa toimintaansa tukevaksi toimintaympäristöksi tässä tutkimuksessa kuvatulla tavalla.

Keskipojalaisyritykset identifioituvat paljolti samansuuntaisesti ja käyttävät myös paljon samanlaista retoriikkaa identiteettiensä rakentamiseen. Tiedän liikkuvani oletusten hetteiköllä, mutta uskaltaudun silti ajattelemaan, että tekstien sisältö viestii paljolti siitä, mitä yritykset itse haluavat toiminnassaan korostaa tai paremmin ilmaistuna sitä, mitä toiminnasta on kerrottavaa, vaikka vastuu www-sivujen ilmiästä ja mahdollisesti tavoiteltujen painotusten il-

maisun tavasta usein onkin viestinnän ammattilaisten (kuten markkinointi- ja mainostoimistot) harteilla. Sivujen ja erityisesti retoriikan samankaltaisuuden taustalla piillevät samankaltaiset tavoitteet ja toiminnan motiivit, mistä esimerkiksi tulosten yhteydessä puheena ollut yritysten retoriikan tuotantosuuntautuneisuus ja maltillisuus mielestäni antavat viitteitä.

Kukaan tuskin kuvittelee, etteikö yritysten tekstien ja yritysmaailman tapahtumien varaan olisi niin haluttaessa diskursiivisesti rakennettavissa myös identiteetiltään paljon negatiivisävyisempää maakuntaa. Tavoitteeni oli tutkia yritysten tarjoamia mahdollisuuksia aluepuhuntaan ja alueen näkyväksi tekemiseen, ei kritisoida yrityksiä saati opettaa niille parempia tapoja olla ja toimia. Sen vuoksi suhtaudun koko lailla kriittikömmästi siihen, mitä yritykset itsestään ja omasta toiminnastaan kirjoittavat samoin kuin siihen, millaisin periaattein ne tekstiensä perusteella näyttäisivät toimivan. On niin ikään huomattava, että pelkästään www-sivujen varassa Keski-Pohjanmaata ei ole tarpeen resursoida – yhteistyössä yritysten kanssa lienee mahdollista löytää paljon moniulotteisempia tapoja ja aineksia alueen identiteetin rakentamiseksi. Myös minut hienoisesti yllättänytkin yritysten toimialojen ja yritysten tarjoamien tuotteiden ja palveluiden moninainen kirjo tarjoaa siihen runsaasti resursseja. Maakunnan identiteetin rakentamiseksi on lopultakin melko vaivattomasti löydettävissä materiaalia – Keski-Pohjanmaalla on mistä puhua.

9.2 Jatkotutkimuksen aiheita

Tässä tutkimuksessa keskityn aineistoa rajatakseni ja oman kiinnostukseni ohjaamana pelkästään internetsivujen tekstimuotoiseen aineistoon ja siinä rakentuviin identiteetteihin. Totesin johtopäätösten yhteydessä yritysten retoriikan olevan jossakin määrin väritöntä ja kuivakkaa, mutta mahdollista on, että väri ja mehu löytyvätkin muualta kuin kirjoitetusta tekstistä. Siinä mielessä pelkän internetsivuilla kirjoitetussa muodossa olevan tekstin ja kuvausten analysointi jää vaillinaiseksi tutkimuksen tehtävän, yritysten toimintaympäristönsä muokkaamiseen tarjoamien kaikkinaisten resurssien näkyväksi tekemisen kannalta. Tutkimusprosessin edetessä olen konkreettisesti joutunut toteamaan internetin tarjoamat valtavat mahdollisuudet kertoa yrityksestä elävästi erilaisine video- ja ääni- ynnä muine tehosteineen. Sivut tarjoavat lähes loputtoman tuntuisesti mahdollisuuksia havainnollistaa yrityksen tarjoamia tuotteita ja palveluksia, eriyttää viestejä kohderyhmittäin halutulla tavalla, käyttää hyväksi yleisöltä saatua palautetta ja osallistua aktiivisesti vuorovaikutukseen eri kohderyhmien ja yleisöjen kanssa (ks. mm. Kozinetz 2002).

Asiantuntijaksi identifioituminen oli merkittävin yritysten kategorisoinnin tapa. Yhtenä asiantuntijuutta vahvistavana tai sitä mahdollisesti murentavana tekijänä voidaan Jokisen ym. (1999) erittelemien retoristen keinojen ja niillä tuotettujen identiteettien lisäksi ajatella itse internetsivuja ja niiden kokonaisuutta teksteineen, kuvineen ja linkkeineen. Tähän kuuluu muun muassa

sivujen ilmiasu ja siihen liittyvä luettavuus ja ”helppokäyttöisyys” ja sivujen sisäinen ristiriidattomuus. Niiden lisäksi argumentoinnin uskottavuuteen vaikuttaa mielestäni myös sivujen ajantasaisuus. Internetsivujen kokonaisuudella on merkitystä yritysten kertomusten vakuuttavuuden ja ylipäätään niille asetettujen tavoitteiden saavuttamisen kannalta. Havainnollistamisen tapojen, kohderyhmien, eri toimialojen ja muun edellä mainitun internetsivujen tarjoaman aineiston tutkiminen ja analysointi voisi tarjota hedelmällistä aineistoa niin tässä tutkimuksessa asettamiini kysymyksiin vastaamiseksi ja niiden muuntelemiseksi kuin ylipäätään tarkemmaksi perehtymiseksi yritysten tekemisen tapoihin.

Kiinnostavaa olisi myös paneutua tarkemmin puheeseen maaseudusta kaupunkien elätinä. Tähän asenteeseen viittasin jo johdantoluvussa ja se pilkahteli myös osassa lukujen 3 ja 4 diskurssianalyttistä metodologiaa ja retorista metodia havainnollistavia esimerkkejä. Eripurainen, ironisoiva tai kärjekäs aluepuhe ei ole pelkästään keskipohjalainen puheen tapa tai tapa puhua Keski-Pohjanmaasta, vaan se leimaa valtakunnallistakin aluepuhuntaa. Aluepuheessa niin maakuntien ja maaseudun kuin kaupunkienkin puolesta ja vastaan argumentoidaan usein esittämällä vastapuoli toistaan riistävänä, epäekologisena tai muutoin vahingollisena toimijana ja asumisen ja elämisen muotona. Maaseutu ja kaupungit rakentuvat monasti todelliseksi, jopa epäreiluin eväin liikkeellä olevaksi kilpakumppaniksi toisilleen – liian kovaksi uhkaksi niin sanottuja niukkoja resursseja jaettaessa? Tutkia voisikin esimerkiksi sitä, kenen etuja tällainen vastakkainasettelu palvelee ja mitä sillä haetaan. Tutkia voisi myös, oman tutkimukseni kysymyksenasettelua noudatellen, mitä vastakkainasettelulle vaihtoehtoisia ja mahdollisesti kummankin osapuolen kannalta hedelmällisempiä tapoja puhua ja toimia voisi olla olemassa. Tähän liittyen voisi niin ikään olla antoisaa paneutua tarkemmin yritysten sijainnin merkitykseen niiden toiminnalle.

Tutkimuksessani olen keskittynyt tutkimaan taloudellisin kriteerein menestykseltään raskaaseen sarjaan kuuluvien yritysten merkitystä Keski-Pohjanmaan maakunnan elinvoimaisuudelle ja hyvinvoinnille sekä maakunnan toimintaedellytyksille. En tällä tahdo väittää taloudellisen menestyksen oleva ainoa pätevä ja hyvinvoinnin kannalta merkityksellinen menestyksen kriteeri tai kiistää sen paremmin muiden kuin taloudellisesti menestyneiden yritysten tai muiden aktiivisten toimijoiden tai eri sektoreidenkaan – kuten kulttuuri- ja järjestötoiminta – merkitystä alueen hyvinvoinnille. Muita hyvinvoinnin kannalta merkityksellisiä tutkimuksen kohteita ja uusia ulottuvuuksia maakuntapuheelle ja maakunnan identiteetille avaavia tutkimuskohteita yritysten joukossa voisi olla esimerkiksi Keski-Pohjanmaalla aktiivisesti viritelty sosiaalinen yritystoiminta, kasvuyritykset, uudet yritykset ja ”monen sukupolven” ikäiset perheytykset. Syvempi paneutuminen muun kuin tässä tutkitun yritystoiminnan ja muiden sektoreiden toiminnassa rakentuviin merkityksiin tarjonnee runsaasti lisää resursseja maakunnan identiteetin rakentamiseen.

9.3 Yritykset Keski-Pohjanmaata rakentamassa – käytännölliset johtopäätökset

Keski-Pohjanmaalla antaudutaan helposti keskusteluun alueen olemassaolon oikeutuksesta. Rajoja ja hallintoa koskeva retoriikka on toisinaan ollut varsin repivää tai sävyiltään kovin ironista, ja alueella reagoidaan herkästi vähäisimpiinkin spekulatioihin alueen merkityksestä ja tulevaisuudesta. Kiistoja koskeva keskustelu uutisoidaan usein näyttävästi ja epäilevät kommentit nousevat otsikoihin sellaisissakin tilanteissa, kun keskustelu kokonaisuudessaan voisi antaa aihetta aivan muuhun. Kuvaava esimerkki tästä on Keski-Pohjanmaan järjestäytyneen maakuntatoiminnan 75-vuotista taivalta juhlistavasta seminaarista kertovan uutisen otsikointi maakunnallisen sanomalehden etusivulla: ”Pääministeri Matti Vanhanen pitää K-P:n liiton toimintaa hyvänä. Liiton lopettamisesta ei puheta.” Muitakin otsikointimahdollisuuksia olisi löytynyt ainakin otsikon jatkeena olevan lehtijutun ja tässäkin tutkimuksessa lainattujen samaisessa tilaisuudessa pidettyjen puheiden ja tilaisuutta koskevien kommenttipuheenvuorojen perusteella. Aluetta väheksyvä tai jollakin tavoin altavastaajan asemasta viestivä puolustelevalle sävyinen puhe ja puheen tapa on omiaan vahvistamaan käsitystä hajanaisesta, identiteetiltään epävarmasta (ja siksi huonosti toimivasta?) alueesta. Joskus aluetta koskeva epäilevä spekulointi olisi ehkä mahdollista ohittaa olankohautuksella, varsinkin kun muuta puhuttavaa maakunnasta tuntuu löytyvän.

Vaikka hallinto ja rakenteet vakiintuneita ja kunnossa olisivatkin, niiden varaan rakentuvat identiteetit eivät ole omiaan rakentamaan käsitystä elinvoimaisesta, kiinnostavasta alueesta, jos alueen muu toiminta ja aktiivisuus jäävät huomiotta. Hallintoa koskevat uutiset eivät useimmiten ole suurta yleisöä kiinnostavia uutisia (vrt. Kalliokoski 2005). Voimakkaasti korostettuna vakaat, turvatut olosuhteet voidaan mieltää jopa toiminnan mahdollisuuksia rajoittaviksi, jos toimivat rakenteet ja niiden säilyttäminen koetaan itsetarkoitukseksi, jota ei uskalleta tai saa horjuttaa tai haluta koetella uusilla mahdollisuuksilla tai vaihtoehtoilla (vrt. Marsden 2000). Yrittämisen näkökulmasta vakaa alue saattaa näyttäytyä toimintaympäristönä, jossa rahoitusta on saatavissa mutta vain ”varmoille” liike- tai toiminnan kehittämisideoille, tai jossa totutusta poikkeavat toiminnan tavat tai toimialan laajentaminen tai rikastaminen koetaan uhkaksi tai jollakin tavoin sopimattomaksi menettelyksi. Myös yksilön hyvinvoinnin ja sen kokemisen mahdollisuuksien kannalta ”liian” vakaa alue voi kaikessa ennustettavuudessaan muuttua tukahduttavaksi, jos vakaus koetaan vaihtoehtottomuudeksi (vrt. esim. Naphapiet & Ghoshal 1998, 260–262; ks. myös Adler & Kwon 2002). Identiteetiltään pelkästään turvalliseksi, yhtenäiseksi hallintoalueeksi rakentuva seutu ei siten välttämättä ole kovin kiinnostava tai houkutteleva asuin-, työskentely- tai yrittämisenkään ympäristö.

Keski-Pohjanmaan voi sanoa erottuvan maakuntien joukossa sillä, että alue yrityksineen on, hieman toimialasta riippuen, vallannut 2000-luvulla useampana vuotena kärkisijoja valtakunnallisissa vertailuissa eri maakuntien yri-

tysten taloudellista menestystä verrattaessa. Yrityksen maantieteellisellä sijainnilla ei näiden vertailujen perusteella näyttäisi juurikaan olevan merkitystä sille, miten sen toiminta saa ilmaa siipiensä alle, kun yrityksen toimintaidea ja -valmiudet kaikkineen muutoin on kohdallaan ja alueen rakenteet – yrityksen toimintaympäristö – toimii ja turvaa toiminnan edellytyksiä. Keskipohjalaisyri-tysten voi sanoa menestyneen paremmin kuin niiden kuuluisi, jos yritysten (hallinnollisen) toimintaympäristön näkyvä yhtenäisyys puhumattakaan sen muusta tunnettuudesta ja houkuttelevuudesta on yksi yritysten menestyksen ja ylipäättään toimivan alueen edellytys. Keskipohjalaisyri-tysten menestyksen ja niiden identifioitumisen perusteella maakunta kokonaisuudessaan toimineekin mainettaan ja erityisesti omia mielikuviani paremmin. Samasta asiasta viestii keskipohjalaisten yritysten toimialojen ja toiminnan monipuolisuus. Yrityksille itselleen maakunnan identiteetillä tai sen rajoilla ei näyttäisi olevan sellaista merkitystä kuin niille edellä mainituissa kiistoissa on latautunut – kunhan alue ja hallinto on olemassa ja toimii tarvittaessa.

Menestyvistä keskipohjalaisyri-tyksistä – tai keskipohjalaisista yrityksistä ylipäättään – ja niiden toiminnasta puhuminen on yksi mahdollisuus laajentaa tai vaihtaakin näkökulmaa Keski-Pohjanmaan maakuntaan. Yritysten menes-tyksestä voisi pitää ehkä hieman enemmänkin ääntä kuin tähän asti paitsi alu-teen elinvoimaisuutta korostavana erityisesti sitä muista erottavana tekijänä (vrt. sosiaalinen pääoma bonding-ulottuvuuksineen). Yritysten toiminnassa alueelle rakentuva identiteetti mahdollistaa alueen tunnetuksi tekemisen kenties raken-teita elämänmakuisemmalla ja mahdollisesti houkuttelevammallakin tavalla. Yritysten merkityksen näkyväksi tekeminen sen kaikilla ulottuvuuksilla voi olla merkityksellistä koko alueen kannalta myös siksi, että alueen tarjoamat myös maakunnan sisällä todellisiksi ja merkityksellisiksi koetut toiminnan mahdolli-suudet saattavat vaikuttaa sekä haluun pysyä alueella että kykyyn käyttää tar-jolla olevia resursseja (vrt. Sen 1993). Tämä puolestaan vaikuttaa koko maakun-nan toiminnan mahdollisuuksiin. Yrityksetkään eivät voi toimia, jos väki lop-puu maakunnasta. Erityisesti Keski-Pohjanmaalla tämä on hieman dramatisoi-den suorastaan kohtalonkysymys. Peltolaa (2007) lainaten maakunnassa ”nuor-ten ikäluokkien tulovirta työmarkkinoille” niukkenee ja työvoiman vajuus, jos ei suoranaan romahdus, uhkaa aluetta jo vuoden 2011 tienoilla.

Yritysten toiminnan näkyväksi tekeminen vaatii toimivia yhteistyöverkos-toja niin alueen eri toimijoiden kesken kuin alueelta ulospäinkin (vrt. Burke 1969, 25–26). Yksinkertaistetusti näkyväksi tekeminen vaatii taitavan retoriikan lisäksi suhteita. Julkinen sektori mahdollistaa osaltaan yhteistyöverkostojen toimintaa säännellessään ja koordinoidessaan yhteisön ja sen eri instituutioiden toimintaa ja pitäessään yhteiskunnan rakenteita yllä (vrt. Waddell 2000). Hal-linnollisen maakunnan merkitystä yleensä ja yritystenkin toiminnan tukena ei siis sovi väheksyä. Institutionalisoitumisen käytännön vaikutusta toiminnan mahdollistajana konkretisoi Keski-Pohjanmaan liiton kehittämispäällikkö Kaj Lyyski Keskipohjanmaa-lehdessä 29.1.2007 painottaessaan sen merkitystä sekä alueen päätösvallan että kuulluksi tulemisen kannalta omaa maakuntaa koske-vassa päätöksenteossa ja resurssien jakamisessa.

Institutionalisoitunut paikallishallinto onkin yksi yritysten itsensä tärkeänä pitämä niiden toimintaa tukeva peruspilari silloin, kun yritykset saavat hallinnossa oman äänensä kuuluviin, vaikka se yritysten teksteissä ei erityisesti esiin nousekaan. Muutaman keskipohjalaisyrittäjän yrittäjien alueellisen etujärjestön koordinoimana Keski-Pohjanmaan liittoon EU:n ohjelmakaudeksi 2003–2006 perustama elinkeinojaosto kertoo omaa tarinaansa alueen toimivan ja yhteistyökykyisen ja -haluisen hallinnon merkityksestä ja arvostuksesta yrittäjien keskuudessa. Suomen Yrittäjät-lehdessä 8/2003 jaoksen puheenjohtaja, yrittäjä Henrik Huhta kertoo jaoston perustamisen tavoitteena olleen ”yrittäjälähtöisyyden lisääminen maakunnan elinkeinopoliittisessa toiminnassa... Uudenlaisen vaikuttamisen tarve lähti siitä, kun totesimme, että yrittäjyyden merkityksestä oli kyllä puhuttu paljonkin, mutta tulokset olivat jääneet laihoiksi. Hallintokulttuuri eli omaa elämäänsä, ei osattu kysyä yrittäjiltä ja siksi hyvää tarkoittavat linjaukset jäivät yrittäjille etäisiksi. Tarkoituksemme ei ole olla vain vahtikoira ja ruikuttaja, vaan tuoda keskusteluun asioita, joilla on merkitystä alueen kehittämisessä...” Huhta kertoo jo ennen elinkeinojaoksen perustamista keskipohjalaisyrittäjien käynnistäneen strategisen työn Keski-Pohjanmaan alueen kehittämiseksi: ”...Erityisellä kilpailukykyohjelmalla haettiin lisää dynamiikkaa alueelle. Ohjelmassa oli mukana 50 yritystä seitsemältä toimialalta ...Tuota työtä tehdessämme totesimme, että yrittäjien itsensä on tärkeitä jatkossakin vaikuttaa. Elinkeinojaos on tulosta siitä.” Eri toimijoiden ja sektorien välinen yhteistyöhalu ja sen ääneen osoittaminen ei ole vallan merkityksetöntä rakennettaessa toimivan ja elinvoimaisen alueen identiteettiä (vrt. Marsden 2000).

Virtanen (1999, 158–159) on todennut alueiden imagojen rakentamista ja rakentumista tutkiessaan sen olevan seudullisena käsitteenä vaikeampi hallittava kuin suppeamman kohdealueen, kuten kaupungin tai kunnan, imago. Virtasen toteamusta soveltaen – ja muistaen, että imago ei ole tässä tutkimuksessa sama asia kuin identiteetti, vaikka Virtanen niistä rinnakkain välillä puhuukin – voitaisiin miettiä keskipohjalaisyritysten toimintaympäristöstä puhuttaessa ja niiden kotiseutua nimettäessä, onko mahdollista reilusti puhua vaikkapa Kokkolasta tai Kaustisesta – kaupungeista ja kunnista niiden omilla nimillä (vrt. Kaustisen ja Kokkolan seutukunnat). On kysyttävä, missä määrin alueesta tai maakunnasta puhuminen yritysten toimintaympäristönä palvelee yritysten toimintaympäristön ja koko hallinnollisen alueen tunnettuutta, näkyvyyttä ja elinvoimaisuuttakin – erityisesti kun mietitään sitä, kuinka etäämmältä katsottuna erilaiset Pohjanmaat – Pohjois-, Keski-, Etelä- ja ”pelkkä” Pohjanmaa – tahtovat sekoittua keskenään. Asian pohtiminen tältä kannalta on mitä ajankohtaisinta nyt, kun kuntaliitoksia ja kuntien palvelurakenteen uudistusta koskeva keskustelu ja aluehallinnon uudistamishankkeesta alluineen ja elluineen käytävä kädenvääntö sekä uudistusten mahdollisten käytännön seurausten arviointi ja arvuuttelu – kaunistelu ja kauhistelukin – niin Kokkolan kuin Kaustisen seutukunnassakin on kiihkeimmillään. Tämän keskustelun myötä hallinnollisen aseman merkitys ja vaikutus tarjolla oleviin resursseihin on konkretisoitunut myös yksittäisen ihmisen arjen sujuvuuden kannalta. Hallinto ja rajat eivät ole aivan yhdentekeviä, kun niiden sijainti ja muutokset ja niitä koskeva uuti-

sointi ovat kyllin lähellä hallintoalamaista. Joka tapauksessa Kokkola on kovaa vauhtia rakentumassa suurkunnaksi keskipohjalaisessa mittakaavassa, ja vaikka Kaustisen suunnalla kuntaliitoskaavailut menivätkin vuonna 2007 myttyyn, kunnan nimi lienee ainakin Suomessa ja jossakin määrin myös kansainvälisillä areenoilla tuttu. Kokkola parantelee tunnettuuden saralla asemiaan hiljalleen – muuttoliike sen hyväksi on jo kääntynyt. Jo valmiiksi tarjolla olevia näkyvyyttä tukevia seikkoja ei liene syytä heittää hukkaan.

9.4 Lopuksi

Maakunnan ulkopuolisilla tahoilla näkemykset Keski-Pohjanmaan maakunnan tulevaisuudesta ja elinvoimaisuudesta ovat olleet melko myönteisiä, yhtenäisiä ja maakunnan vahvuutta korostavia, vaikka retoriikkaa pääasiallisesti sen kaunopuheisuusmerkityksessä olisivatkin. Tätä retoriikkaa myös mielellään siteerataan. Siinä kuin maakunnan olemassaolon oikeutusta kyseenalaistavalle puheelle myös oikeutusta vahvistaville erilaisten auktoriteettien (pää- ja muut ministerit tai muut korkeassa asemassa olevat virkamiehet) kommenteilte annetaan paljon tilaa ja painoa. Johtunevatko aiemmin mainitut spekulointi ja keskustelun poukkoilevuus sekä kuvatun kaltaiset siteeraukset sitten usein korvaani tarttuneesta väitteestä keskipohjalaisten vaatimattomuudesta ja sen aikaan saamasta epävarmuudesta oman arvon suhteen, mene ja tiedä. Tarve todistella olemassaolon oikeutusta samoin kuin uskonvahvistuksen hakeminen erilaisilta auktoriteettihahmoilta jo sinällään kertovat jonkinlaisesta omanarvontunnon häilyvyydestä. Mahdollisesti alueen ja sen asukkaiden vaatimattomuus on kuitenkin vain jo aikansa elänyt myytti, joka kaikitenkin vielä värittää tapaa puhua ja reagoida aluetta koskevaan puheeseen. Vaatimattomuutta on väitetty hyveeksi. Liiallinen vaatimattomuuden korostaminen saattaa kuitenkin ruokkia oman identiteetin häilyvyyden kokemusta sen moniarvoiseksi mieltämisen sijaan ja heikentää samalla uskoa itseän. Heikko itsetunto puolestaan voi johtaa voimakkaaseen puolustavaan asenteeseen sen sijaan, että reilusti uskaltauduttaisiin kyseenalaistamaan omia vakiintuneita ajattelun ja puheen tapoja (ja aiheita) ja pohtimaan niiden merkitystä alueen identiteetille (vrt. Phillips & Hardy 2002, 14–15; vrt. myös esim. Lane 1996) – ja näkemään asioita toisin. Taloudellisesti hyvin pärjänneiden yritysten teksteistä vaatimattomuutta ei tässä mielessä löytynyt, ja niiden menestyskin on ollut sen mukainen.

Alistuvan ja vaatimattomuuttakin korostavan asenteen ja kärjistäen arvostuksen kerjäämisen sijaan toimivampaa lienee omalla toiminnalla sekä osoittaa alueen olemassaolon oikeutus että rakentaa sitä hyvinvointia mahdollistavaksi, niin vaurautta ja yhteisyyden kokemisen kuin vaikuttamisen mahdollisuuksiakin tarjoavaksi eli aineellista, henkistä ja sosiaalista pääomaa tuottavaksi viihtyisäksi ympäristöksi, kulkevat rajat sitten missä tahansa. Keskipohjalaisyrietykset näyttäisivät olevan varsin helppo ja yhteistyöhaluinen hyödynnettävä niin oman käytännön toimintansa näkökulmasta kuin muun aktiivisuutensa ja aloitteellisu-

tensa vuoksi toimintaympäristönsä toiminnallista identiteettiä rakentavien kertomusten resurssoisiksi. Yritysten merkityksen typistäminen pelkkien taloudellisten ja elintasoon liittyvien tarpeiden täyttäjäksi on niiden alueellisen merkityksen ja vaikuttamismahdollisuuksien – ja motivaationkin – aliarviointia. Keskipohjalaisyrietykset ja niiden toiminta tarjoavat mahdollisuuden kertoa elävästä elämästä tarinoita, joissa on toimijoita ja toimintaa – jotain tuttua ja mielekkään elämän kannalta merkityksellistä (vrt. Gabriel 1998). Näitä kertomuksia rakentavia aineksia syntyy yritysten jokapäiväisessä toiminnassa – kummempaa glamouria, glitteriä ja bling blingä ei uskottavien, merkityksellisten tarinoiden rakentamiseen ja kiinnostavien identiteettien tuottamiseen tarvita.

SUMMARY

This research examines the role of small and medium sized enterprises as constructors of regional welfare and identity. The aim is to make visible the possibilities that SMEs can offer in constructing the surrounding environment and its welfare. As a researcher my interest in the subject stems from the ongoing public debate on the future, even the survival, of Finland's rural areas. In this debate regional vitality and welfare are often associated with the attractiveness and appeal of an area, which, in turn, refers to the opportunities it offers for a meaningful life, activities and work. The economic impact of profitable SMEs is (or should be) obvious, but apart from that, what other potential can enterprises contribute to their surroundings? My personal experiences from working for many years with various companies in the Central Ostrobothnia area has given me an intuitive sense of their wider regional meaning beyond economic influence, thus motivating me to study their importance from this angle.

My approach to the phenomenon is constructionist. According to this view, the social world – the world as we perceive it – is constructed through language, in the discourses emerging from our talk and action, regardless of whether there is a “real” world behind them or not. I base my conclusions about the impact and role of regional SMEs on the discourses detected in their organizational texts and the identities constructed therein (Figure 1). Identity, thus, is seen as something that is actively produced in everyday talk and action, rather than as some kind of an essence that guides behaviour.

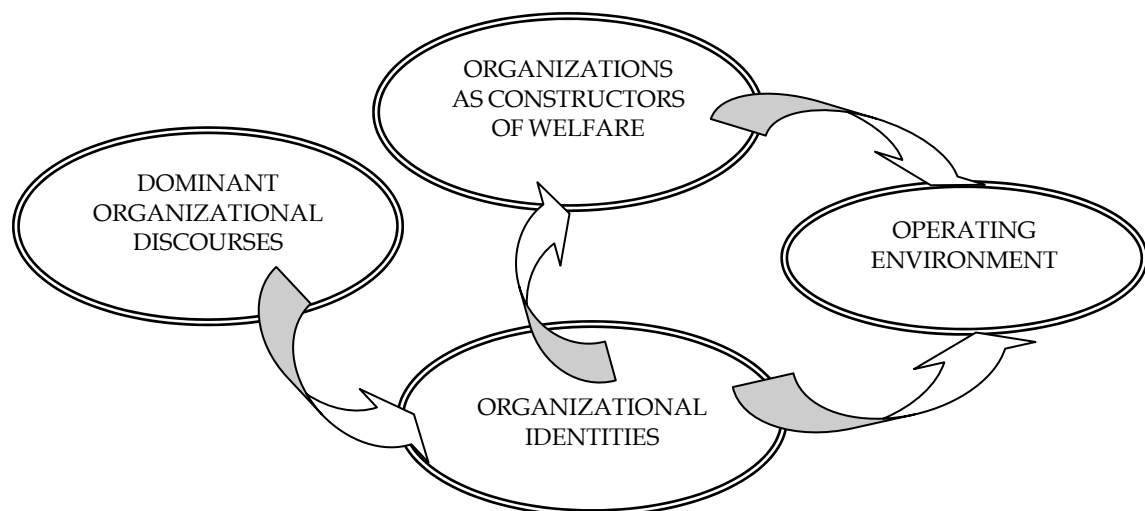


FIGURE 1 From organizational discourses to organizational identities, regional welfare and regional identity

To identify the dominant organizational discourses and the identities constructed in them, I analyze their organizational “talk” – in this case, represented by their internet homepages – by using the rhetorical method. I go

on to examine the discovered identities from the viewpoint of different welfare theories. "Region" here refers to the diverse corporate stakeholders which together form the SMEs' surrounding operating environment. It might be said that in focusing on the companies' role and influence in their surroundings this research actually explores their stakeholder relationships. Thus, together with constructionism and welfare theories, stakeholder theory is also used in looking for answers to the research questions.

Altogether four prominent discourses were distinguished in the organizational talk of the studied SMEs. The identities constructed through these discourses emphasize tradition, co-operation and partnership, expertise and serving the customer from start to finish. I name these (explicit) identities as those of a "tradition-rich actor", "co-operation partner", "expert" and "total supplier" (Figure 2).

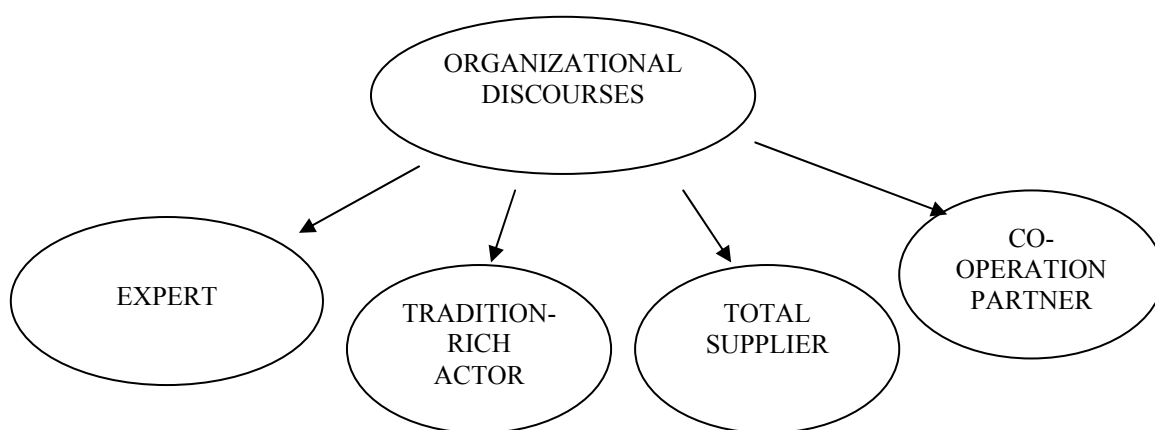


FIGURE 2 Explicit identities of the studied organizations

The analysis shows that all of the studied SMEs categorize themselves as an expert. However, as many as 31 out of 35 do not settle for a single identity but construct two or more identities for themselves. The identities of a tradition-rich actor, a total supplier and a co-operation partner occur both independently and as interconnected categories, reinforcing one another. Each of these also strengthens the companies' identity as an expert (Figure 3).

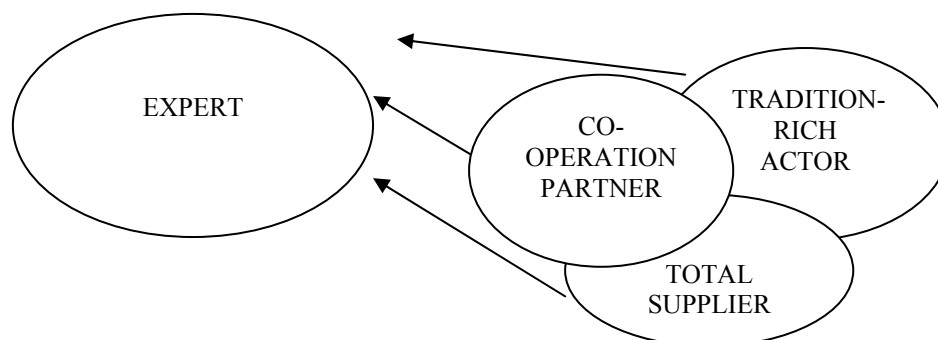


FIGURE 3 Organizational identities reinforcing each other

While the examined organizations apply a variety of linguistic means to construct their identities and convince their audiences, the rhetoric used is exclusively defensive: they seek to get their message through by talking about their own strengths instead of trying to undermine the credibility of their competitors or other stakeholders with an offensive rhetoric. The primarily targeted audiences appear to vary from one constructed identity to another. Yet in general, the companies can be said to take a broad and diverse range of audiences into account. In other words, they include widely heterogeneous actors into their group of important stakeholders.

The studied SMEs do not explicitly refer to themselves in their texts as builders or producers of welfare. However, they can be regarded as such from the standpoint of different welfare theories, only their welfare-generating identity is constructed implicitly. By categorizing themselves in the ways described above they strengthen their possibilities for successful business. This produces wealth for the surrounding environment which, in turn, opens up opportunities to the regional population for personal growth, self-fulfilment and participation through meaningful work and leisure activities, for example, as well as contacts and relationships with other members of the community. In other words, these regional SMEs can be said to produce both material resources as well as nonmaterial resources in the form of human and social capital, which together strengthen the area's possibilities to provide subjective well-being for its inhabitants.

In the organizational texts the region itself, Central Ostrobothnia, is constructed as an area that offers plenty of resources and opportunities for being and doing. It emerges in the discourses as a multiskilled, active, bold and self-respecting, broad-minded and up-to-date rural area. The region offers ample conditions for activity and participation and for meaningful living including meaningful work. It is portrayed as a co-operative network of actors representing various sectors (public, private, third) and lines of business, which is capable of taking appropriate action and fully committed to all its operations. The area is constructed as an environment that is stable and secure, somewhat rigid and predictable and perhaps lacking alternatives (even dull?), but on the other hand, unified in its values, aims and principles. The region can be described as caring (social contacts, their maintenance and resourcing) as well as stimulating and creative (opportunities for participation in activities and decision making, broad-mindedness, self-respect) - all characteristics that among other things are required for an area to be competitive and, even more importantly from the perspective of this research, that are necessary for its vitality and survival.

LÄHTEET

- Adler, P. S. & Kwon, S-W. 2002. Social Capital: Prospects for a New Concept. *Academy of Management Review* 27(1), 17-40.
- Airola, Outi. Pakko saada mansikoita. Keskipohjanmaa 2.2.2007.
- Albert, S. 1998. The Definition and Metadefinition of Identity. In D. Whetten & P. Godfrey (Eds.) *Identity in Organizations. Building Theory through Conversations*. London: Sage, 1-13.
- Allardt, E. 1976. *Hyvinvoinnin ulottuvuuksia*. Juva: WSOY
- Allardt, E. 1989. An Updated Indicator System: Having, loving, being. Helsingin yliopiston sosiologian laitos. Työselostuksia N.o 48.
- Allardt, E. 1993. Having, loving, being: An Alternative to the Swedish Model of Welfare Research. In M. Nussbaum & A. Sen (Eds.) *The Quality of Life*. Oxford: Clarendon Press, 88-94.
- Allardt, E. 1998. Hyvinvointitutkimus ja elämänpolitiikka. Teoksessa J-P. Roos & T. Hoikkala (toim.) *Elämänpolitiikka*. Tampere: Tammer-Paino Oy, 34-53.
- Altman, B. W. & Vidaver-Cohen, D. 2000. A Framework for Understanding Corporate Citizenship. Introduction to the Special Edition of *Business and Society Review* "Corporate Citizenship for the New Millennium". *Business and Society Review*, 105 (1), 1-7.
- Alvesson, M. & Berg, P. O. 1992. *Corporate Culture and Organizational Symbolism: An Overview*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Antaki, Ch. & Widdicombe, S. 1998. Identity as an Achievement and as a Tool. In Ch. Antaki & S. Widdicombe (Eds.) *Identities in Talk*. London: Sage, 1-14.
- Argyle, M. 1992. Causes and Correlate of Happiness. In D. Kahneman, E. Diener & N. Schwarz (Eds.) *Well-Being. The Foundation of Hedonistic Psychology*. New York: Russell Sage Foundation, 353-373.
- Aristoteles IX 1997. *Retoriikka*. Suomentaja Paavo Hohti. Helsinki: Gaudeamus.
- Berger, P. L. & Luckmann, T. 1995. *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen*. (2. painos) Helsinki: Like.
- Barthes, R. 1974. *S/Z* London: Jonathan Cape. Teokseen viitattu teoksessa Potter, J. 1996. *Representing Reality. Discourse, Rhetoric and Social Construction*. London: Sage.
- Bijker, W. E. 1995. *Of Bicycles, Bakelite and Bulbs: Toward a Theory of Sociotechnical Change*. Cambridge, MA: MIT Press. Teokseen viitattu artikkelissa: Maguire, S. 2004. *The Co-Evolution of Technology and Discourse. A Study of Substitution Processes for the Insecticide DDT*. *Organization Studies* 1, 113-134.
- Billig, M. 1987. *Arguing and thinking. A Rhetorical Approach to Social Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Billig, M. 1991. *Ideology and Opinions. Studies in Rhetorical Psychology*. London: Sage.

- Bouchiki, H., Fiol, C. M., Gioia, D., Golden-Biddle, K., Hatch, M. J., Rao, H., Rindova, V & Schultz, M. 1998. The Identity in Organizations. In D. Whetten & P. Godfrey (Eds.) Identity in Organizations. Building Theory through Conversations. London: Sage, 33–80.
- Bourdieu, P. 1990. The logic of practice. Cambridge: Polity Press
- Brown, A. D. 2004 Authoritative Sensemaking in a Public Inquiry Report. *Organization Studies* 25, 1, 95–112.
- Burke, K. 1969. A Rhetoric of Motives. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Burr, V. 1995. An Introduction to Social Constructionism. London: Routledge.
- Burr, V. 1998. Overview: Realism, Relativism, Social Constructionism and Discourse. In I. Parker (Ed.) Social Constructionism, Discourse and Realism. London: Sage, 13–25.
- Burrell, G & Morgan, G. 1979. Sociological Paradigms and Organisational Analysis. Elements of the Sociology of Corporate Life. Aldershot: Gower
- Carroll, A. B. & Buchholtz, A. K. 2003. Business and Society. Ethics and Stakeholder Management. Ohio: South Western.
- Chalaby, J. K. 1996. Beyond the Prison-House of Language: Discourse as a Sociological Concept. *British Journal of Sociology* 47/4, 684–698.
- Cheney, G., Christensen, L. T., Conrad, C. & Lair, D. J. 2004. Corporate Rhetoric as Organizational Discourse. In D. Grant, C. Hardy, C. Oswick & L. Putnam (Eds.) The Sage Handbook of Organizational Discourse. London: Sage, 79–103.
- Clegg, S. R. 1989. Frameworks of Power. London: Sage.
- COMMISSION RECOMMENDATION of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises (*notified under document number C(2003) 1422*). EU:n komissio 2003. Saatavana world wide webissä: http://europa.eu/eurlex/pri/en/oj/dat/2003/l_124/l_12420030520en00360041.pdf
- Diener, E. & Suh, E. 1992. National Differences in Subjective Well-Being. In D. Kahneman, E. Diener & N. Schwarz (Eds.) Well-Being. The Foundation of Hedonistic Psychology. New York: Russell Sage Foundation, 434–450.
- Doyal, L. & Gough, I. 1991. A Theory of Human Need. New York: Guilford Press.
- Drucker, P. 1969. Käytännön liikkeenjohto. Suomentajat Olavi Fagerström & Mauri Matikainen. (3.painos) Helsinki: Tammi.
- Edwards, D. 1998. The Relevant Thing about Her: Social Identity Categories in Use. In Ch. Antaki, & S. Widdicombe (Eds.) Identities in Talk. London: Sage, 15–33.
- Erikson, R. 1993. Description of Inequality: The Swedish Approach to Welfare Research. In M.C. Nussbaum & A. Sen (Eds.) The Quality of Life. Oxford: Clarendon Press, 67–83.
- Etzioni, A. 1968. The Active Society. A Theory of Societal and Political Processes. New York: The Free Press.
- Teokseen viitattu teoksessa Allardt, E. 1976. Hyvinvoinnin ulottuvuuksia. Juva: WSOY.
- European portal for SME's. Saatavana world wide webissä:

- http://ec.europa.eu/enterprise/sme/funding_fi.htm#
- Fairclough, N. 1992. *Discourse and Social Change*. Oxford: Blackwell.
- Fairclough, N. 2005. *Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.
- Foa, U. G. 1971. Interpersonal and Economic Resources. *Science* 171, 345–351.
- Artikkeliin viitattu teoksessa: Allardt, E. 1976. *Hyvinvoinnin ulottuvuuksia*. Juva: WSOY.
- Fombrun, Ch.J., Gardberg, N. A. & Barnett, M.L. 2000. Opportunity Platforms and Safety Nets: Corporate Citizenship and Reputational Risk. *Business and Society Review*, 105 (1), 85–106.
- Foucault, M. 1972. *The Archaeology of Knowledge*. London: Tavistock.
- Teokseen viitattu teoksessa Potter, J. 1996. *Representing Reality. Discourse, Rhetoric and Social Construction*. London: Sage.
- Frey, B. S. & Stutzer, A. 2002. *Happiness and Economics. How the Economy and Institutions affect Well-Being*. Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Fuller, T. & Tian, Y. 2006. Social and Symbolic Capital and Responsible Entrepreneurship: An Empirical Investigation of SME Narratives. *Journal of Business Ethics* (2006) 67, 287–304.
- Gabriel, Y. 1998. Same Old Story or Changing Stories? Folkloric, Modern and Postmodern Mutations. In Grant, D., Keenoy, T. & Oswick, C. (Eds.) *Discourse + Organization*. London: Sage, 84–103.
- Gioia, D. 1998. From Individual to Organizational Identity. In D. Whetten & P. Godfrey (Eds.) *Identity in Organizations. Building Theory through Conversations*. London: Sage, 17–31.
- Googins, B. K. & Rochlin, S.A. 2000. Creating the Partnership Society: Understanding the Rhetoric and Reality of Cross-Sectoral Partnerships. *Business and Society Review*, 105 (1), 127–144.
- Grant, D. & Hardy, C. 2004. Introduction: Struggles with Organizational Discourse. *Organization Studies* 1, 5–14.
- Grant, D., Keenoy, T., Oswick, C. 1998. Introduction: Organizational Discourse. Of Diversity, Dichotomy and Multi-disciplinarity. In D. Grant, T. Keenoy & C. Oswick (Eds.) *Discourse + Organization*. London: Sage, 1–13.
- Greatbatch, D. & Dingwall, R. 1998. Talk and Identity in Divorce Mediation. In Ch. Antaki & S. Widdicombe (eds.) *Identities in Talk*. London: Sage, 121–132.
- Guba, E. G. & Lincoln, Y.S. 1989. *Fourth Generation Evaluation*. London: Sage.
- Guba, E. G. & Lincoln, Y.S. 2005. Paradigmatic Controversies, Contradictions, and Emerging Confluences. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.) *Handbook of Qualitative Research*. (3rd edition) Thousand Oaks: Sage, 191–215.
- Hautamäki, L. 2000. Maaseudun menestyvät yritykset kehityksen veturina. Kunnallisalan kehittämissäätöjen julkaisut nro 23.
- Himanen, P. 2004. Välittävä, kannustava ja luova Suomi. Katsaus tietoyhteiskuntamme syviin haasteisiin. Eduskunnan kanslian julkaisu.

- Hirvonen, S. 1989. Keski-Pohjanmaan maakuntakuvatutkimus. Osa 1. Maakunnan institutionalisoituminen. Jyväskylän yliopisto, Chydenius-instituutti. Tutkimuksia 41.
- Huizinga, G. 1970. Maslow's Need-Hierarchy in the Work Situation. Groningen: NV. Teokseen viitattu teoksessa Allardt, E. 1976. Hyvinvoinnin ulottuvuuksia. Juva: WSOY.
- Huovari, J., Kangasharju, A. & Alanen, A. 2001. Alueiden kilpailukyky. Pelleron taloudellinen tutkimuslaitos. Raportteja 176.
- Hyvönen, E., Pihlaja, E. & Rintala, I. 2005. Keski-Pohjanmaan työllisyysstrategia. Keski-Pohjanmaa 2010-luvulle. Keski-Pohjanmaan Liitto.
- Inglehart, R. 1990. Culture Shift in Advanced Industrial Society. Princeton: Princeton University Press.
- Jenkins, H. 2006. Small Business Champions for Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics* 67, 241–256.
- Johansson, S. 1970. Om levnadsnivåundersökningen: utkast till Kapitel 1 och 2 i betänkande att avigvas av Låginkomstutredningen. Stockholm: Göteborgs Offsettryckeri AB
- Johansson, S. 2001. Conceptualizing and Measuring Quality of Life for National Policy. FIEF Working Paper Series 2001.
- Jokinen, A. 2006. Diskurssianalyysi tutkimuksellisena lähestymistapana. Jyväskylän yliopisto, yhteiskuntatieteellinen tiedekunta. Metodiluento 17.11.2006
- Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. 1993. Diskurssianalyysin aakkoset. Tampere: Vastapaino.
- Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. 1999. Diskurssianalyysi liikkeessä. Tampere: Vastapaino.
- Kainulainen, S, Rintala, T. & Heikkilä, M. 2001. Hyvinvoinnin alueellinen jakautuminen 1990-luvun Suomessa. *Stakes, tutkimuksia* 114.
- Kajanoja, J. 1996. Kommunikatiivinen yhteiskunta: Puheenvuoro hyvinvointivaltioista. Helsinki: Tammi.
- Kahneman, D., Diener, E. & Schwarz, N. 1992 (Eds.) *Well-Being. The Foundation of Hedonistic Psychology*. New York: Russell Sage Foundation.
- Karisto, A. 2004. Arkiviihtyvyyden aika, kaupunkipolitiikan pehmeä puoli. Kaupunkiseutujen kasvun aika, 31–36. Sisäministeriön julkaisuja 14/2004. Kauppalehti 8.11.2004
Kauppalehti 7.11.2005
- Keenoy, T. & Oswick, C. 2004. Organizing Textscapes. *Organization Studies* 1, 35–142.
- Keskipohjanmaa-lehti 8.8.2006
- Keski-Pohjanmaan maakuntaohjelma 2003–2006. Keski-Pohjanmaan liitto, 2003.
- Keski-Pohjanmaan maakuntaohjelma 2007–2010. Keski-Pohjanmaan liitto, 2006.
- Kozinets, R. 2002. The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39 (1), 61–72.

- Kujala, A-M. 1986. Keski-Pohjanmaa kotimaakuntani. Kokkola: Keski-Pohjanmaan maakuntaliitto.
- Lane, Ch. 1996. The Social Constitution of Supplier Relations in Britain and Germany: an Institutionalist Analysis. In R. Whitley & P.H. Kristensen (Eds.) *The Changing European Firm. Limits to Convergence*. London: Routledge, 271-304.
- Layard, R. 2005. *Happiness. Lessons for a New Science*. London: Penguin Group.
- Lincoln Y. S. 1998a. From Understanding to Action: New Imperatives, New Criteria, New Methods for Interpretive Researchers. *Theory and Research in Social Education*, 26 (1), 12-29.
- Lincoln, Y. S. 1998b. The Ethics of Teaching Qualitative Research. *Qualitative Inquiry*, 4, 315-327.
- Maguire, S. 2004. The Co-Evolution of Technology and Discourse: A Study of Substitution Processes for the Insecticide DDT. *Organization Studies* 1, 113-134.
- Marsden, Ch. 2000. The New Corporate Citizenship of Big Business: Part of the Solution to Sustainability? *Business and Society Review*, 105 (1), 9-25.
- Marski, J. 1996. Hyvinvoinnin ulottuvuuksia 1995. Uhat, mahdollisuudet ja uudet haasteet. Kansaneläkelaitos. Sosiaali- ja terveysturvan tutkimuksia 15.
- Marshak, R. J. 1998. A Discourse on Discourse: Redeeming the Meaning of Talk. In D. Grant, T. Keenoy & C. Oswick (Eds.) *Discourse + Organization*. London: Sage, 15-30.
- McKinlay, A. & Dunnett, A. 1998. How Gun-owners Accomplish Being Deadly Average. In Ch. Antaki & S. Widdicombe (Eds.) *Identities in Talk*. London: Sage, 34-51.
- Merttens, R. 1998. What is to be done? (With Apologies to Lenin!) In I. Parker (Ed.) *Social Constructionism, Discourse and Realism*. London: Sage, 59-73.
- Mikkonen, K. 2004. Asumisviihtyvyyys ja alueiden vetovoimaisuus Pohjanmaalla. Vaasan yliopiston julkaisuja. Tutkimuksia 261.
- Moore, G. & Spence, L. 2006. Editorial: Responsibility and Small Business. *Journal of Business Ethics* (2006) 67, 219-226.
- Murillo, D. & Lozano, J. M. 2006. SMEs and CSR: An Approach to CSR in their Own Words. *Journal of Business Ethics* 67, 227-240.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. 1998. Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review* 23(2), 242-266.
- Niemelä, A. 1991. Keski-Pohjanmaa 2000 -kehittämishojelma. Jyväskylän yliopisto, Chydenius-instituutti. Työryhmän raportti nro 1.
- Niittykangas, H. 1999. (toim.) Yrittäjyys ja maaseutu. Kuopion yliopiston selvityksiä E. Yhteiskuntatieteet 9.
- Niittykangas, H. 2003. Yrittäjä ja yrityksen toimintaympäristö. Jyväskylän yliopisto. Taloustieteiden tiedekunta. Julkaisuja 134.

- Noponen, J. 1971. Hyvinvointi objektiivisena ja subjektiivisena käsitteenä. Helsingin Yliopisto, Sosiaalipolitiikan laitos. Tutkimuksia nro 3.
- Näsi, J. 1995. What is Stakeholder Thinking? A Snapshot of a Social Theory of the Firm. In J. Näsi (Ed.) *Understanding Stakeholder Thinking*. Helsinki: LSR-Julkaisut Oy, 19-32.
- Ovaskainen, M. 1998. Maakuntien näkymät EMU-Suomessa. Jyväskylän yliopisto, taloustieteellinen osasto. Tutkimuksia 145.
- Paasi, A. 1986. Neljä maakuntaa. Maantieteellinen tutkimus aluetietoisuuden kehittymisestä. Joensuun yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja.
- Palomäki, M. 1968. Keski-Pohjanmaan toiminnallinen aluerakenne. I osa. Maakunnan rajaaminen. Helsingin yliopiston maantieteen laitoksen julkaisuja. Sarja B.
- Parker, I. (1992) *Discourse Dynamics. Critical Analysis for Social and Individual Psychology*. London: Routledge.
- Peltola, Olli (2007) Pohjanmaan TE-keskusalueen aluetalouuskatsaus. Saatavana World wide webissä:
<http://www.tekeskus.fi/Public/download.aspx?ID=9960&GUID={FFDE3877-44B8-418D-BBD4-C04B8ED531EC}>
- Perelman, Ch. 1996. *Retoriikan valtakunta*. Tampere: Vastapaino.
- Phillips, N. & Brown, J. L. 1993. Analyzing Communication in and around Organizations: A Critical Hermeneutic Approach. *Academy of Management Journal*, 36/6, 1547-1576.
- Phillips, N. & Hardy, C. 2002. *Discourse Analysis, Investigating Processes of Social Construction*. London: Sage Publications.
- Porter, M. 2003. Building the Microeconomic Foundations to Prosperity: Findings from the Microeconomic Competitiveness Index. In the *Global Competitiveness Report 2002-2003*. World Economic Forum.
- Post, J. E. 2000. Moving from Geographic to Virtual Communities: Global Corporate Citizenship in a Dot.com World. *Business and Society Review*, 105 (1), 27-46.
- Potter, J. 1996. *Representing Reality. Discourse, Rhetoric and Social Construction*. London: Sage.
- Potter, J. & Wetherell, M. 1987. *Discourse and Social Psychology. Beyond Attitudes and Behaviour*. London: Sage.
- Puohiniemi, M. 2003. *Löytöretki yrityksen arvomaailmaan*. Espoo: Limor kustannus.
- Putnam, R. D. 2000. *Bowling alone. The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Puusa, A. 2005. Organisaatioidentiteetin tarkastelu käsitetutkimuksena. Jyväskylän yliopisto, taloustieteiden tiedekunta. Julkaisuja 153.
- Rajanti, T. 2006. Käytännön tutkimus ja tutkimuskäytännöt. Chydenius-instituutti, Kokkola. Metodiluento 8.4.2006.
- Riihinen, O. 2002. Kyvyt, hyvinvointiteoria ja yhteiskunnalliset jaot. Teoksessa T. Piirainen & J. Saari (toim.) *Yhteiskunnalliset jaot. 1990-luvun perintö*. Helsinki: Gaudeamus, 179-203.

- Rindova, V. & Fombrun, Ch. 1998. The Eye of the Beholder: The Role of Corporate Reputation in Defining Organizational Identity. In D. Whetten & P. Godfrey (Eds.) *Identity in Organizations. Building Theory through Conversations*. London: Sage, 62-66.
- Ringen, S. 1995. Well-being, Measurement, and Preferences. *Acta Sociologica* 38, 3-15.
- Rintala, T. & Heikkilä, M. 2001. Eriytyykö elämänlaatu alueellisesti? Teoksessa M. Heikkilä & M. Kautto (toim.) *Suomalainen hyvinvointi 2002*. Stakes.
- Roos, J. P. 1973. *Welfare Theory and Social Policy. A Study in Policy Science*. Societas Scientiarum Fennica, Helsinki.
- Ruuskanen, P. 2001. Sosiaalinen pääoma - käsitteet, suuntauksset ja mekanismit. VATT-tutkimuksia 81. Helsinki: Valtion taloudellinen tutkimuskeskus.
- Schwandt, T. A. 1996. Farewell to Criteriology. *Qualitative Inquiry* 2 (1), 58-72.
- Schwandt, T. A. 2000. Three Epistemological Stances for Qualitative Inquiry: Interpretivism, Hermeneutics, and Social Constructionism. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.) *Handbook of Qualitative Research*. (2nd edition) Thousand Oaks: California, 189-214.
- Schwartz, S. 1992. Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. In M. Zanna (Ed.) *Advances in Experimental Social Psychology*, vol 25. San Diego: Academic Press, 1-65.
- Sen, A. 1993. Capability and Well-Being. In M. C. Nussbaum & A. Sen (Eds.) *The Quality of Life*. Oxford: Clarendon Press, 30-53.
- Sherzer, J. 1987. A Discourse-Centered Approach to Language and Culture. *American Anthropologist* 89, 295-309.
- Simpura, J. 2004. Kaupunkihyvinvointi ja sen indikaattorit. Kaupunkiseutujen kasvun aika. Sisäministeriön julkaisuja 14/2004, 37-42.
- Singh, V. & Point, S. 2006. (Re)Presentation of Gender and Ethnicity in Diversity Statements on European Company websites. *Journal of Business Ethics*, vol. 68, 4, 363-379.
- Spence, L. J. & Rutherford, R. 2003. Small Business and Empirical Perspectives in Business Ethics: Editorial. *Journal of Business Ethics* 47, 1-5
- Spence, L. J. & Schmidpeter, R. 2003. SMEs, Social Capital and the Common Good. *Journal of Business Ethics* 45, 93-108.
- Spence, L. J., Schmidpeter, R. & Habisch, A. 2003. Assessing Social Capital: Small and Medium Sized Enterprises in Germany and the U.K. *Journal of Business Ethics* 47, 17-29.
- Suoninen, E. 2006. Diskurssianalyysin tekeminen käytännössä. Jyväskylän yliopisto, yhteiskuntatieteellinen tiedekunta. Metodiluento 18.11.2006.
- Syrjälä, J. 2006. Valoon piirrettyjä kuvia. Tarinoita ja tulkintoja sähköalan murroksesta hyvinvoinnin ja henkilöstöstrategian näkökulmasta. *Jyväskylä Studies in Business and Economics*, 47.
- Taipalinen, J. & Toivio, T. 2004. Vastuullinen yritystoiminta pk-yritysten voimavarana. KTM Julkaisuja 16/2004.

- Takala, T. 2005. Keskustelu 25.10.2005. Jyväskylän yliopisto, taloustieteiden tiedekunta, johtamisen laitos.
- Territorial Reviews 2003. Helsinki, Finland. OECD 2003. Paris.
- Vásquez-Barquero, A. 2006. Endogenous Development: Analytical and Policy Issues. In A. Scott & G. Garofoli (Eds) *The Regional Question in Economic Development*. New York: Routledge (to be published).
- Vehkaperä, M. 2003. Yrityksen yhteiskuntavastuu - vastuuta voittojen vuoksi? Jyväskylän yliopisto. Taloustieteiden tiedekunta. Julkaisuja 135.
- Vidaver-Cohen, D. & Altman, B. W. 2000. Concluding Remarks. *Corporate Citizenship in the New Millennium: Foundation for an Architecture of Excellence*. *Business and Society Review*, 105 (1), 145-168.
- Viljanen, V. 2001. Huono-osaisuuden alueellinen kehitys 1990-luvulla: laman ja sen jälkeisen talouskasvun vaikutukset. Suomen Kuntaliitto. Acta 139.
- Vilkuna, K. 1964. Kihlakunta ja häävuode. Helsinki: Otava. Teokseen viitattu teoksessa Palomäki, M. 1968. Keski-Pohjanmaan toiminnallinen aluerakenne. I osa. Maakunnan rajaaminen. Helsingin yliopiston maantieteen laitoksen julkaisuja. Sarja B.
- Virrankoski, P. 1997. Pohjanlahden ja Suomenselän kansaa. Kahdeksan vuosisataa Keski-Pohjanmaan historiaa. Kokkola: Keskipohjanmaa-säätiö.
- Virtanen, P. 1999. Kaupungin imago: Mikä tekee Pariisista Pariisin ja Pisasta Pisan? Rakennustieto Oy.
- Waddell, S. 2000. New Institutions for the Practice of Corporate Citizenship: Historical, Intersectoral, and Developmental Perspectives. *Business and Society Review*, 105 (1), 107-206.
- Waddock S. & Smith, N. 2000. Relationships: The Real Challenge of Corporate Global Citizenship. *Business and Society Review*, 105 (1), 47-62.
- Wetherell, M. & Potter, J. 1992. Mapping the Language of Racism: Discourse and the legitimation of exploitation. London: Harvester Wheatsheaf.
- Whetten, D. 1998. Why Organizational Identity and Why Conversations? In D. Whetten & P. Godfrey (Eds.) *Identity in Organizations. Building Theory through Conversations*. London: Sage, preface.
- Wheeler, D. & Sillanpää, M. 1997. *The Stakeholder Corporation*. London: Pitman Publishing.
- Widdicombe, S. 1998a. "But You Don't Class Yourself": The Interactional Management of Category Membership and Non-membership. In Ch. Antaki & S. Widdicombe (Eds.) *Identities in Talk*. London: Sage, 52-70.
- Widdicombe, S. 1998b. Identity as an Analysts' and a Participants' Resource. In Ch. Antaki & S. Widdicombe (Eds.) *Identities in Talk*. London: Sage, 191-206.
- Wiirilinna, J. 2002. Keski-Pohjanmaa - suuntautumisen, yhtenäisyyden, erilaisten rajojen, alueellisen itsenäisyyden ja tunnustetun aseman ristitessä. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto, yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos.

- Willig, C. 1998. Social Constructionism and Revolutionary Socialism: A Contradiction in Terms? In I. Parker (Ed.) Social Constructionism, Discourse and Realism. London: Sage, 91–104.
- Wooffitt, R. & Clark, C. 1998. Mobilizing Discourse and Social Identities in Knowledge Talk. In Ch. Antaki & S. Widdicombe (Eds.) Identities in Talk. London: Sage, 107–120.
- Zimmerman, D. 1998 Identity, Context an Interaction. In Ch. Antaki & S. Widdicombe (Eds.) Identities in Talk. London: Sage, 87–106.

Esimerkkikatkelmat (muut kuin yritysten tekstit)

Keskipohjanmaa-lehti	3.10.2003; 9.1.2004, 5.3.2004; 15.2.2005, 8.3.2005, 1.4.2005, 24.5.2005, 3.7.2005, 6.7.2005, 5.9.2005, 6.9.2005; 15.2.2006, 26.3.2006, 24.5.2006, 4.10.2006, 7.10.2006, 10.10.2006, 15.10.2006, 19.10.2006, 4.11.2006, 23.11.2006, 8.12.2006, 9.12.2006; 29.1.2007, 23.4.2007, 1.7.2007, 2.8.2007, 18.12.2007
Helsingin Sanomat	29.12.2003; 22.11.2004, 2.12.2004; 9.3.2005; 19.3.2006; 13.1.2007;
-kuukausiliite	7/2007
Kauppalehti	8.11.2004; 8.6.2005; 30.10.2006
Kauppalehti Optio	18.12.2003
Kaleva	17.1.2005, 18.1.2005
Suomen Kuvalehti	32/2007, 33/2007, 16/2008
Suomen Yrittäjät	9/2003
Perhonjokilaakso	8.12.2006

Jeskanen-Sundström, H.; puhe Keski-Pohjanmaan liiton juhlaseminaarissa
23.5.2005

Kalliokoski, M. (2005) Alueen vahvuudet ja haasteet viestinnän näkökulmasta.
Alustus Keski-Pohjanmaan maakuntaliiton viestintä- ja markkinointisemi-
naarissa. Kokkola 3.2.2005.

Vanhanen, M.; puhe Keski-Pohjanmaan liiton juhlaseminaarissa 23.5.2005

LIITE: YRITYSLUETTELO

Luvun 7 esimerkit on lainattu seuraavien yritysten internetsivuilta:

Yritys	kotipaikka	toimiala tarkennuksineen
1) Ahola Transport Oy	Kokkola	tieliikenteen tavarankuljetus
2) Ab A. Häggblom Oy	Kokkola	nosto- ja siirtolaitteiden valmistus (maansiirtokoneiden ja varaosien huolto, valmistus ja myynti)
3) Akvaterm Oy	Kokkola	(keskuslämmityskattiloiden, -patterien ja kuumavesivaraajien valmistus)
4) Oy Autoliike Nystedt Bilaffär Ab	Kokkola	moottoriajoneuvojen vähittäiskauppa
5) Oy Automyynti - Bilförsäljning L. Lerbacka Ab	Kokkola	moottoriajoneuvojen vähittäiskauppa
6) Best-Hall Oy	Kälviä	metallirakenteiden ja niiden osien valmistus (PVC-katetut ristikkorakenteiset hallit)
7) Botnia Hightech konserni	Kaustinen	IT
8) Oy Canorama Ab	Kokkola	toimistokoneiden tukkukauppa
9) Caravan Shop Forsberg Oy	Kokkola	matkailuvaunujen vähittäiskauppa
10) Eskopuu Oy	Kannus	muu rakennuspuusepäntuotteiden valmistus (ikkunat & parvekeovet)
11) Fineweld Oy	Kokkola	muu erikoisalarakentaminen (teollisuusputkistojen valmistus ja asennus)
12) Oy Finn-Marin Ltd	Kokkola	vapaa-ajan veneiden valmistus ja korjaus
13) Hietalahti ja Pojat Oy	Halsua	betonituotteiden valmistus rakennustarkoituksiin; maanrakennus

14) Himangan Perunapalvelu Oy	Himanka	juures-, vihannes-, marja- ja hedelmätukkukauppa
15) Ab Hur Oy	Kokkola	urheiluvälineiden valmistus
16) HW-Company	Kokkola	muiden päällysvaatteiden valmistus (mm. ulkoiluvaatteet, ammattiasut, liikelahjat, painatus jne.)
17) Ja-Ko Betoni Oy (Kokkobe)	Kokkola	betonituotteiden valmistus rakennustarkoituksiin
18) Jetta-Talo konserni	Perho	puutalojen valmistus
19) Jon-Hydro Oy	Kokkola	teollisuudessa käytettävien koneiden tukkukauppa
20) Järvelän Puutarha Oy	Kokkola	vihannesten, koristekasvien ja taimien viljely
21) K. Leivon Leipomo Oy	Veteli	pehmeän leivän ja tuoreiden leivonnaisten valmistus
22) K-Data Oy	Kokkola	tietokonelaitteistojen vähittäiskauppa
23) Kannustalo Oy	Kannus	puutalojen valmistus
24) Osk Keski-Pohjan Jalostus	Veteli	eläinten hoitoon liittyvät palvelut pl. eläinlääkintä
25) Oy Kokko-Fiber Ab	Kokkola	kemiallisten tuotteiden tukkukauppa
26) Kokkolan Autoilijat Oy	Kokkola	tieliikenteen tavarankuljetus (& maansiirto)
27) Kokkolan Nahka Oy - Karleby Läder Ab	Kokkola	parkitseminen ja muu nahan valmistus
28) Oy Kokkolan Sähkötarvike Ab	Kokkola	sähkötarviketukkukauppa
29) Linex Boat Oy	Kälviä	vapaa-ajan veneiden valmistus ja korjaus
30) Mesmec konserni	Kokkola	elintarvike-, juoma- ja tupakkateollisuuden koneiden valmistus
31) Peltisepänliike Nykänen Ky	Veteli	LVI-asennukset
32) Pohjoismaiden Monituote Oy	Kokkola	taloustavaroiden ja -tarvikkeiden tukkukauppa (muovipussit ja -säkit)
33) Scancool/Oy Kylmähuolto Kylservice Ab	Kokkola	jäähdytys- ja tuuletuslaitteiden valmistus, muiden kuin kotitaloudessa käytettyjen

34) Tallqvist Oy	Kokkola	raivaus, purku ja pohjarakentaminen
35) Tyllis Oy Ab	Kokkola	autonkorien ja perävaunujen valmistus

analysoitavana olleita sivuja ovat yhteistyössä yritysten kanssa olleet toteuttamassa seuraavat markkinointi- ja viestintäalan ammattilaiset: Comsoft (9); Creamedia (1, 2, 21, 27); Inciet Oy (17); Kapeke (14); Kosila digimedia (33); Mainostoimisto Heinäkuu (5, 8, 16, 29); Nu-tec media (19); RegWeb (6, 15, 22, 34); Softwave ohjelmistot (11); atk-lillhonga (25)