

**"ONKO TÄMÄ JOKU ANTTI HOLMAN UUSI PERFOR-
MANSSI?" DISKURSSIANALYYSI POSTIN VIESTINTÄÄ
KOSKEVISTA TWIITEISTÄ**

Maisterintutkielma
Ronja Boman
Suomen kieli
Kieli- ja viestintätieteiden lai-
tos
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2021

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen | Laitos Kieli- ja viestintätieteiden laitos |
| Tekijä Ronja Boman | |
| Työn nimi "Onko tämä joku Antti Holman uusi performanssi?" – Diskurssianalyysi Postin viestintää koskevista twiiteistä | |
| Oppiaine Suomen kieli | Työn laji Pro gradu |
| Aika Kevät 2021 | Sivumäärä 45 + liitteet |
| Tiivistelmä <p>Syksyllä 2020 Posti uudisti viestintätapaansa aiempaa epävirallisemmaksi ja tuttavallisemmaksi. Tässä maisterintutkielmassa tarkastelen sitä, millaisia yleiskielestä poikkeavia kielimuotoja Postin uudessa viestinnässä esiintyy, miten Twitterin käyttäjät kommentoivat näitä kielimuotoja ja millaisia diskursseja näiden kommenttien pohjalta siten rakentuu. Tutkimukseni teoreettisena viitekehyksenä toimii diskurssianalyysin lisäksi systeemifunktionaalinen kielioppi. Tarkastelen myös kielen eri muotoja ja oikeakielisyyden käsitteistöä osana diskurssien rakentumista.</p> <p>Tutkimukseni tavoitteena on muodostaa mahdollisimman selkeä käsitys siitä, millaisen vastaanoton Postin uusi viestintätyyli on Twitterissä saanut ja mistä elementeistä tämän tulkinta voidaan rakentaa. Pyrin saamaan selville, mihin asioihin kielenkäyttäjät kiinnittävät huomiota ja miten he sanallistavat näitä havaintojaan. Kiinnostavaa oli, että mielipiteet oikeasta ja väärästä kielestä, kielen eri varianttien rooleista kieliyhteisössä ja kielenhuollosta osana kieliyhteisön toimintaa nousivat toistuvasti esille aineistossa, vaikka Postin toimintaan nämä eivät vaikuta. Kieli sosiaalisena toimintana ja kontekstisidonnaisuus kulkevatkin mukana tutkimuksen kaikissa vaiheissa.</p> <p>Tutkimuksen aineisto koostui syyskuussa 2020 Twitterissä käydystä keskusteluketjusta sekä Postin nettisivuilta poimituista näytteistä. Jälkimmäistä on käytetty esittelemään laajemmin kielen ilmiötä ja edellinen puolestaan toimii aineistona diskurssianalyysille. Twiiteistä koostuvassa aineistossa on mukana sekä Postin edustajien että Twitterin muiden käyttäjien kirjoittamia viestejä. Aineiston pohjalta olen rajannut ja nimennyt kolme diskurssia, jotka ovat nimeltään murediskurssi, yritysviestinnän diskurssi ja asiallisuusdiskurssi. Vaikka olen rajannut diskurssit näihin kolmeen, tuon tutkimuksessani esille niiden keskinäisen limittymisen toisiinsa, sillä yksikään mainituista diskursseista ei ole tarkkarajainen tai muiden diskurssien läsnäoloa poissulkeva.</p> | |
| Asiasanat diskurssintutkimus puhekieli yleiskieli verkkokieli Twitter | |
| Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto | |
| Muita tietoja | |

SISÄLLYS

| | | |
|-------|-------------------------------------------------------|----|
| 1 | JOHDANTO | 1 |
| 1.1 | Tutkimuskysymykset ja tutkimuksen merkitys | 2 |
| 1.2 | Aiempaa tutkimusta | 2 |
| 2 | TEOREETTINEN VIITEKEHYS | 6 |
| 2.1 | Diskurssianalyysi | 6 |
| 2.2 | Systemis-funktionaalinen kielioppi | 9 |
| 2.3 | Kielen eri muodoista | 11 |
| 2.3.1 | Yleiskieli | 11 |
| 2.3.2 | Puhekieli | 13 |
| 2.3.3 | Verkkokieli | 14 |
| 2.4 | Oikeaa ja väärää kieltä | 15 |
| 3 | AINEISTO JA MENETELMÄT | 18 |
| 3.1 | Twitter | 18 |
| 3.2 | Aineiston kerääminen ja menetelmät | 19 |
| 3.3 | Aineiston eettisyys ja tietosuojat | 20 |
| 4 | AINEISTON ANALYYSI | 22 |
| 4.1 | Postin kielen yleiskielestä poikkeavat piirteet | 22 |
| 4.1.1 | Kieliopilliset piirteet | 24 |
| 4.1.2 | Lainasanat ja intertekstuaalisuus | 26 |
| 4.2 | Twittien diskurssit | 28 |
| 4.2.1 | Murrediskurssi | 28 |
| 4.2.2 | Yritysviestinnän diskurssi | 31 |
| 4.2.3 | Asiallisuuskurssi | 39 |
| 5 | POHDINTA | 42 |
| | LÄHTEET | 45 |

LIITTEET

LIITE 1: Postin nettisivut, kuva 1

LIITE 2: Postin nettisivut, kuva 2

LIITE 3: Postin nettisivut, kuva 3

1 JOHDANTO

Sosiaalinen media on muuttanut tavan, jolla ihmisten välinen viestintä toimii, mutta sen lisäksi se on tuonut uusia ulottuvuuksia ja mahdollisuuksia myös yritysten viestintään. Erilaiset sosiaalisen median alustat tarjoavat paremmin mahdollisuuksia siihen, että vuorovaikutussuhde ei ole enää suoraan yritykseltä kuluttajalle, vaan myös kuluttajalta yritykselle ja kuluttajilta toiselle. Tieto, kuvat ja viestit kulkevat nopeasti eri verkostojen välityksellä käyttäjältä toiselle ja kerran nettiin laitettu säilyy siellä ikuisesti. Niinpä myös virhearviot ja epäonnistumiset jäävät elämään ja kiertämään eri verkostoissa mahdollisesti pitkäksikin aikaa vielä kauan sen jälkeen, kun alkuperäinen julkaisu tai ilmiö on jo poistunut.

Syksyllä 2020 Posti uudisti viestintäänsä aiempaa puhekielisemmäksi ja epävirallisemmaksi (kts. liite 3: Postin nettisivut, kuva 2). Uusi *Sä tilaat, mä tuon* -sloganin mukainen viestintätyyli herätti paljon keskustelua eri medioissa, ja päättyi myös valtakunnallisten uutistalojen, mm. Helsingin Sanomien ja Ylen uutisaiheeksi (Laakkonen 2020, Kukkonen 2020). Aihetta käsiteltiin paljon myös Twitterissä, jossa epävirallinen keskustelu toteutui suoraan Postin edustajien ja kommentoijien välillä ilman välittäjiä, mikä tarjoaa monipuolista tutkimusmateriaalia erilaisiin kielentutkimuksen näkökulmiin. Tutkimuksessani mielenkiinnon kohteena on nimenomaan tämä keskustelu peilattuna niihin Postin kielen piirteisiin, joita Twitterissä on esiin nostettu.

Tähän tutkimukseen valikoitui aineiston pohjalta esiin nousevien teemojen kautta lähtökohdaksi diskurssianalyysi ja yleis- ja puhekielen sekä tarkemmin verkkokielen piirteiden tarkastelu. Näiden lisäksi käsittelen teoriataustaa avatessani myös systeemis-funktionaalisen kieliopin ja semantiikan käsitteitä, jotta analyysiosuudessa tekemilläni tulkinnoilla olisi selkeä perusta. Diskursseja tunnistaessa ja nimetessä tutkijan on tärkeää määritellä ja rajata aineisto tarkasti sekä tuntea tutkimussuuntauksen perusmekanismit, joten pidän tärkeänä teoreettisen viitekehyksen laajaa ja monipuolista käsittelyä.

1.1 Tutkimuskysymykset ja tutkimuksen merkitys

Tässä tutkimuksessa tarkastelen Postin käyttämän kielen synnyttämiä kommentteja ja niiden osoittamien kielen ilmiöiden piirteitä. Tarkoitukseni on, että tutkimus vastaisi seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Millaisia yleiskielestä poikkeavia piirteitä Postin nettisivuillaan ja Twitterissä käyttämässä kielessä on havaittavissa?
2. Millaisia diskursseja viestinnän kielellisiä piirteitä koskevassa Twitter-keskustelussa voidaan havaita?

Postin viestintä uudistus on tuore, eikä sitä ole siis vielä tutkittu. Avoimella alustalla, jollainen Twitterkin on, on olennainen rooli erilaisten käyttäjäkokemusten kartoittamisessa. Lisäksi palaute tällaisessa ympäristössä on siinä mielessä aitoa ja sensuroimatonta, että yrityksen ei ole itse tarvinnut sitä pyytää tai kohdistaa kenellekään tietylle asiakasryhmälle. Vastaukset tulevat itsestään ja sisältävät näin ollen aitoa kokemus- ja näkemysainesta Postin asiakaskunnalta. Tutkimuksen tuloksia voisi siis hyödyntää Postin viestinnän, markkinoinnin ja asiakaspalvelun eri tehtävissä ja näiden suunnittelussa. Lisäksi tutkimus antaa myös dataa muille yrityksille siitä, millä tavoin sosiaalisen median kommentointia ja keskustelua omaa yritystoimintaa koskien kannattaa seurata ja millaisia ilmiöitä siellä mahdollisesti esiintyy. Sosiaalisen median vuorovaikutusilmiöiden tutkimus yritysmaailmassa on vielä hyvin uusi ilmiö, ja tapaustutkimukset aiheesta tarjoavat kaivattua konkretiaa tutkimuskentälle.

Tutkimusta voi pitää keskeisenä myös kielen- ja tekstintutkimuksen näkökulmasta ja tarkemmin yleis-, puhe- ja verkkokielen yhteiskuntafunktioiden sekä sosiolingvistiikan tarkastelussa. Tutkimus tarjoaa havainnollistusta ja perustelua sille, miksi hyvän yleiskielen hallinta on merkityksellistä ja voi näin toimia aineistona esimerkiksi äidinkielen ja kirjallisuuden oppiaineen materiaaleille tai osana kielenhuollollisten toimien perustelua.

1.2 Aiempaa tutkimusta

Tutkimukseni käsittää useita erilaisia tutkimussuuntauksia diskurssianalyysista ja yleiskielestä puhekielen piirteisiin ja Twitterin tutkimiseen. Tarkoitukseni on seuraavaksi kartoittaa lyhyesti, millaista tutkimusta eri aihepiirien saralla on tehty ja hahmotella näin sitä viitekehystä, johon oma tutkimukseni myös asettuu.

Tutkimukseni kontekstina on Twitterissä tapahtuva keskustelu, jossa osapuolina ovat yksityishenkilöt (asiakkaat) ja Posti (yritys). Yritysten sosiaalisen median käyttöä

osana markkinointi- ja viestintästrategiaa on tutkittu runsaasti, mutta erityisesti tutkimukseni kannalta keskeisiä ovat asiakkaan roolia korostavat tutkimukset. Vuonna 2009 julkaistu artikkeli *Twitter Power: Tweets as Electronic Word of Mouth* (Jansen, Zhang, Sobel & Chowdury) tarkastelee niin kutsuttua mikrobloggausta kuluttajien tapana jakaa ja välittää ajatuksiaan jostakin yhtiöstä tai brändistä. Käsitteellä *word of mouth* viitataan markkinoinnissa asiakkaiden rooliin osana markkinointia, eli siihen, kun he keskustelevat tuotteesta tai palvelusta toistensa kanssa. Näin he siis osaltaan myös markkinoivat sitä. (Silverman 2001: 6.) Arkikielessä ilmiöstä saatetaan käyttää esimerkiksi nimityksiä *viidakkorumpu* tai *puskaradio*. Jansenin, Zhangin, Sobelin ja Chowduryn (2009: 2179) tutkimuksessa aineiston twiitit luokiteltiin neljään ryhmään sen perusteella, millainen niiden sisältö oli. Yksittäinen twiitti saattoi kuulua useampaan ryhmään. Määritellyt neljä ryhmää olivat *sentiment* (tunne), *information seeking* (tietoa etsivä), *information providing* (tietoa antava) ja *comment* (kommentti). Tutkimuksen mukaan 22,3% tarkastellun aineiston 2700:sta twiitistä lukeutui tunne-kategoriaan, joka käsitti mielipiteen ilmaisun brändiä koskien joko negatiivisessa tai positiivisessa mielessä. Ryhmä oli näin ollen tutkimuksen toiseksi suurin. (Jansen et al 2009: 2179-2180.) Affektiiviset eli tunneilmaisua sisältävät twiitit ovat siis huomionarvoinen ryhmä ja niiden tutkiminen on siten perusteltua.

Tekstilajin merkitys osana kielellisiä valintoja on kiinnostavaa myös siksi, että se asettaa kirjoittajalle aina tietynlaisia odotuksia ja rajoitteita. Se, mikä tekstin laji on ja missä teksti julkaistaan siis oletetusti vaikuttaa siihen, millaista kieltä siinä käytetään. Tietokirjallisuus eroaa kaunokirjallisuudesta ja uutinen mielipiteestä. Kirjoittajan on siis tunnettava se tekstilaji, jota on kirjoittamassa, jotta kykenee vastaamaan sen kieltä koskeviin odotuksiin. Tämän maisterintutkielman kohdalla tällaisina tekstilajia määrittävinä tekijöinä voitaisiin katsoa toimivan ainakin twiittien rajattu merkkimäärä, sosiaalisen median viestinnälliset odotukset ja oman mielipiteen esittäminen niin, että on itse yhdistettävissä siihen. Esimerkiksi jonkin anonyymien alustan kirjoitusten tai sanomalehtiartikkelin tutkimus tuottaisi todennäköisesti erilaista aineistoa ja tuloksia.

Murteen ja puhekielisyysvälinen suhde ja sen merkitys ovat keskiössä Lahjoita puhetta -nimisessä kampanjassa, jonka tavoitteena on kerätä ihmisten luonnollista puhetta ja sen avulla kehittää muun muassa erilaisia ääniohjautuvia sovelluksia, jotka ovat nykyään yhä yleisempiä. Kampanjan omien sivujen mukaan *tavoitteena on varmistaa, että voimme käyttää tulevaisuuden palveluita, juuri siinä muodossa kuin sitä puhumme.* (Lahjoita puhetta-nettisivut.) Yle on julkaissut sivuillaan 16.12. uutisen kampanjasta, ja haastatteli juttua varten Helsingin yliopiston suomen kielen dosenttia, Hanna Lappalaista. Lappalaisen mukaan suomalaiset arvostavat omaa murrettaan, mutta saattavat silti syystä tai toisesta valita olla käyttämättä sitä. Lappalaisen mukaan esimerkiksi eteläpohjalaisilla ja eteläkarjalaisilla niin kutsuttu murreitsetunto on vahva. Se tarkoittaa, että he sekä itse arvostavat omaa murrettaan, ja lisäksi uskovat

muidenkin näin tekevän. (Kivimäki 2020.) Vastaavasti savolaiset ja pohjoiskarjalaiset kyllä pitävät omasta murteestaan, mutta eivät usko muiden kieliyhteisön jäsenten kokevan samoin. (mts. 2020.) Sekä itse kampanja että siitä tehty uutinen molemmat alleviivaavat osaltaan siis sitä, että yhtä oikeaa puhekielisyyden muotoa ei ole olemassa, ja erilaisten variaatioiden tuntemuksesta on konkreettista hyötyä. Siis sen sijaan, että esimerkiksi ääniohjautuva toiminto tunnistaisi ainoastaan sanan *minä*, voidaan kerätyn materiaalin avulla ohjelmoida se ymmärtämään, että myös esimerkiksi sanat *mä*, *mää*, *mie* ja *meikä* tarkoittavat samaa asiaa. Kyse on näin ollen paitsi käytettävyydestä ja tehokkuudesta, myös kielen puhujien keskinäisestä tasa-arvoisuudesta ja kielen eri muotojen säilymisestä. Kaikkien sana- ja murremuotojen nostaminen tasavertaisiksi ja käyttökelpoisiksi nimenomaan puhutussa kielessä voisikin siis auttaa vahvistamaan yksilön murreitsetuntoa.

Sanni Hautamäki on tehnyt gradunsa Tampereen yliopiston suomen kielen oppiaineeseen otsikolla *Millaista kieltä internetissä käytetään? – Nuorten näkemyksiä verkkokielen variaatiosta* (2015). Kyseinen tutkimus on oman tutkimukseni kannalta erittäin hyödyllinen, sillä se yhdistää sekä verkkokielen että murteen ja murreidentiteetin tarkastelun. Tutkimus on toteutettu kyselylomakkeen avulla nuorten oppituntien aikana, ja vastaajien määrä on ensimmäisessä kyselyssä 73, toisessa 63 nuorta. Hautamäki on lisäksi taulukoinut tutkimuksessaan muun muassa vastaajien asuinpaikan murrealueet, suosituimmat internetsivut ja vastaajien puhumat murteet.

Ensimmäisen kyselyn tavoitteena on kartoittaa nuorten suosimien nettisivujen ja verkkotekstien kenttää sekä sitä, millaisia valmiuksia vastaajilla on kuvailla havaintojaan verkkokielestä (Hautamäki 2015: 28). Hautamäen mukaan yhteenvetona tämän kyselyn tuloksista voidaan nostaa ainakin vastaajien käsitys verkkokielestä puhekieltä virheellisempänä ja ”huolimattomana” suhteessa puhekieleen. Ilmaisun suhteellinen vapaus on vastaajien mukaan samaan aikaan sekä hyvä että huono asia, sillä oman kannan ilmaisu voi tapahtua myös hyvinkin ikävään sävyyn. (Hautamäki 2015: 51.)

Toisessa kyselyssä vastaajilta kysyttiin ajatuksia nimenomaan verkkokielen eri variaatioista, murteista ja kontekstin vaikutuksesta verkkokielen variaatioon. Esimerkiksi kyselyn ensimmäisessä osassa annetuista tekstinäytteistä toinen on epävirallinen Facebook-päivitys, toinen virallinen sähköposti, ja näistä pyydetään vastaajilta luonnehdintoja siitä, millaista kieltä niissä esiintyy (Hautamäki 2015: 53). Erityisen kiinnostavana oman tutkimukseni kannalta pidän toisen kyselyn toista osaa, jossa painotus on murteen roolissa verkkokielessä (Hautamäki 2015:74). Tarkastelun alla on tässä kaksi Ilta-Sanomien uutiseen liittyvää kommenttia, joista toinen on selkeästi murteellinen, toinen näennäisesti lähempänä yleiskielistä muotoa. Tulosten perusteella 87% eli 55 vastaajaa piti yleiskielisempää miellyttävämpänä, ja heistä kolmasosa nimesi syyksi helppolukuisuuden ja selkeyden verrattuna murteellisempaan

kommenttiin. (Hautamäki 2015: 80.) Huomionarvoista on, vaikka vastaajat toisaalta tunnistavat murteen roolin verkkokielessä, suhtaudutaan itselle vieraaseen murteeseen silti negatiivisesti (mts. 80).

Jonkinlaisena nyrkkisääntönä voisi tutkimuksen perusteella pitää sitä, että mitä kauempana käytetty murre on lukijan omasta murteesta, sitä kielteisemmin lukija siihen suhtautuu ja sitä todennäköisemmin hän myös arvostaa enemmän kirjakielen käyttöä (84). Suurin osa tutkimuksen osallistujista puhuu omana murteenaan Etelä-Pohjanmaan murretta, joka eroaa tutkimuksessa esimerkkinä olleesta näytteestä. Omaan murteeseensa on osalla selkeästi kiinteä ja ylpeä asennoituminen, sillä murteen mukaista kirjoitusasua käytetään myös kirjoitetuissa vastauksissa, tosin lähemmäksi kaikki eivät näin tee. (mts. 85-86.) Suhde murteeseen ja sen käyttöön verkkokontekstissa ei siis ole tutkimuksen perusteella lainkaan yksiselitteinen ja riippuu kontekstin lisäksi myös lukijan itsensä omasta murretaustasta ja suhteesta siihen.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Tässä luvussa esittelen tutkimukseni teoreettisen viitekehysten ja tutkimuksen kannalta keskeiset käsitteet. Tutkimukseni varsinaisena viitekehys toimii diskurssianalyysi, jonka lisäksi keskeistä on systeemis-funktionaalisen teorian käsitteiden ymmärtäminen, semantiikka sekä yleis- ja puhekielen eri ilmiöiden käsittely. Tämän tutkimuksen kannalta ei ole tietenkään olennaista käydä läpi jokaisen edellä mainitun käsitteen kaikkia osa-alueita, mutta pyrin luomaan mahdollisimman kokonaisvaltaisen kuvan kustakin, jotta tutkimukseni tulokset voisi katsoa niiden avulla perustelluiksi ja merkityksellisiksi.

2.1 Diskurssianalyysi

Kieli on sosiaalinen konstruktio, jonka avulla paitsi jäsenämme ympäröivää todellisuuttamme, myös jatkuvasti muokkaamme ja luomme sitä. Samaan aikaan tällä meitä ympäröivällä maailmalla on myös vaikutuksensa kieleen. Kieli siis vaikuttaa ja siihen vaikutetaan, mikä johtuu kielen olemassaolon perusedellytyksestä. Jos kieli ei olisi tällaisessa symbioottisessa suhteessa todellisuuteen, se lakkaisi pian palvelemasta kielen puhujien tarpeita. Tarvitsemme jatkuvasti muuntautuvaa kieltä kyetäksemme alati luomaan sen avulla uutta materiaalia ja uutta todellisuutta, joten muutos on elävän kielen edellytys. Kieli on siis erottamaton osa sosiaalisia järjestelmiä, joille ihmisten välinen vuorovaikutus rakentuu. Tätä on luotu kuvaamaan *diskurssin* käsite, joka pyrkii kokoamaan yhden käsitteen alle kaiken sen moniulotteisen materiaalin, jota kielen ja ihmisten sosiaalisen vuorovaikutuksen välinen suhde pitää sisällään. Diskurssi kuvaa siis sitä, miten yksilö näkee todellisuuden. (Fairclough 2003: 124.) Hyvin yksinkertaistetusti voisi sanoa, että diskurssi on se kielen malli ja muoto, joka kussakin tiettyssä tilanteessa ilmenee, mutta tämä jättää myös paljon olennaista ainesta

ulkopuolelle. Siksi tutkijat usein määrittelevät diskurssin käsitteen tutkimuskohtaisesti, jotta se olisi mahdollisimman tarkoituksenmukainen.

Olennaista on myös osata olla sekoittamatta diskurssin käsitettä genren käsitteeseen. Kuitenkin voidaan ajatella, että genre on yksi kolmesta tavasta, joilla diskurssi voi esiintyä muiden kahden ollessa representaatio ja tyyli. Hahmottamista helpottaa, jos tekstin tilalle ajattelee jonkin sosiaalisen tilanteen, jossa genre kertoo, miten tilanteessa tulee toimia, representaatio kertoo miten asia esitetään, ja tyyli kertoo miten tilanteessa ollaan. (Fairclough 2003: 26.) Tekstitasolla sosiaalisen kanssakäymisen ulottuvuus puuttuu, jolloin genreä voi olla vaikea erottaa kahdesta muusta, ja myös diskurssin merkitys saattaa hämärtyä. Myös diskurssinanalyysin ja kielianalyysin välinen suhde ja rajanveto ei aina ole selkeää ottaen huomioon, että diskurssi käsitteenä linkittyy niin vahvasti kielellisten toimintojen ja ilmiöiden tarkasteluun. Ero on konkreettisesti siinä, että diskurssinanalyysi painottuu aktuaalisen kielen sijaan itseasiassa siihen, miten ihmiset ymmärtävät kielen, miten he sitä käyttävät, mitä he siitä tietävät, millä tavoin erilaiset kielen säännöt heille toteutuvat ja niin edelleen. Kyse on kaikesta siitä ymmärryksestä, joka ihmisillä on siitä abstraktista käsitteestä, jota kutsumme kieleksi. (Johnstone 2008: 3.)

Keskeistä on myös erottaa toisistaan käsitteet *diskurssi* ja *diskurssit*. Englanninkielisessä alan kirjallisuudessa ero on kirjoitusasulla, jossa isolla kirjaimella alkava *Discourse* vastaa suomen monikollista muotoa. Tällainen erisnimimäinen kirjoitusasu myös viittaa siihen, että *diskurssit* ovat tietyllä tavalla vakiintuneita, yhteiskunnassa jo valmiiksi muodostuneita malleja, jotka ilmentävät siten myös sitä kulttuurista ja historiallista kontekstia, johon ne sijoittuvat. *Diskurssi* yksiköllisenä muotona on siis tilannekohtainen, vapaammin määriteltävissä oleva malli. (Johnstone 2008: 3.) Ero näiden kahden välillä ei ole aina selkeä, joten analyysityössä käsitteiden määrittely ja tunnistaminen on tärkeää. Kielen tutkimuksessa kontekstilla on aina oma merkityksensä, joten niiden diskurssien tunnistaminen, jotka ovat jo konventionaalistuneet, auttaa myös tutkijaa työssään.

Kielen ja sitä ympäröivän todellisuuden välinen suhde on niin sanotusti dialektinen, eli samalla kun kieli muokkaa todellisuutta, todellisuus muokkaa kieltä. Diskurssintutkimuksen tavoitteena on laajemmin ymmärtää tätä suhdetta. (Pynnönen 2013: 5-6, Pietikäinen 2000: 197.) Pietikäisen mukaan (2000: 197) Fairclough on esittänyt (1992: 64), että kieli osallistuu kolmeen sosiaalisen elämän osa-alueeseen, jotka ovat:

1. Tieto ja uskomukset
2. Ryhmien väliset suhteet
3. Sosiaalisten identiteettien tuottaminen ja muokkaaminen

Pietikäinen (2000: 197) havainnollistaa näitä malleja kuvaamalla, miten eri sanavalinnoilla voidaan muovata yksilön käsitystä ja kokemusta todellisuudesta. Hänen esimerkissään samalle paikalle lauseessa sijoittamalla esimerkiksi *sissit, sotilaat ja terroristit* muodostuu todellisuudesta kuulijalle erilainen käsitys, vaikka tapahtuma säilyy samana. Näin kielivalinnat siis muovaavat sitä kokemusta ja käsitystä, joka meille muotoutuu ja samalla rakennamme näiden käsitysten kautta systemaattisesti haluaamme todellisuutta. (Pietikäinen 2000: 197.)

Kielenkäyttö on siis rakentamassa todellisuutta, konstruoi eli merkityksellistä asiata, joihin kielen avulla viittaamme (Jokinen, Juhila & Suoninen 2016: 21). Kuitenkin samaan aikaan kielen ajatellaan olevan niin sanotusti ei-heijastava. Tällä tarkoitetaan sitä, että kieli ei ole sellaisenaan todellisuuden kuvaaja, kieli ei heijasta sitä mitä todella on. Tällainen tulkintatapa ei kuitenkaan tarkoita, että kieli nähtäisiin todellisuudesta erillisenä. Sen sijaan halutaan keskittää tutkimus siihen, miten kieli rakentaa todellisuutta, mitä se siitä välittää ja mitä ei. (Jokinen, Juhila & Suoninen 2016: 22.) Tästä päästään myös yhteen diskurssianalyysin tekemisen ongelmista, nimittäin siihen, ettei tutkija koskaan voi olla täysin ulkopuolinen tarkkailija, sillä hän on myös osa todellisuutta (Jokinen et al 2016: 25). Tietty objektiivisuus voidaan saavuttaa, mutta täydelliseen ennakkokäsityksiä tai -oletuksia sisältävään tutkimukseen pääseminen ei ole mahdollista. Tämä tuo analyysin tekemiseen omat haasteensa, mutta samalla pakottaa tutkijan tarkastelemaan omia lähtökohtiaan ja menetelmiään, kyseenalaistamaan omat tulkintansa ja parhaassa tapauksessa auttaa kehittämään tutkijan kykyä tuottaa mielekästä tietoa.

Diskurssien tunnistaminen ja määrittely tekstitasolla perustuvat kahteen kohtaan, jotka Fairclough'n (2003: 129) mukaan ovat:

1. Niiden "teemojen" tunnistaminen, jotka tekstissä esitetty
2. Sen näkökulman tunnistaminen, josta edeltävät representaatiot on tehty

Käytännössä siis tutkija ensin pohtii ja määrittelee, millaisia aspekteja ja teemoja tekstissä esiintyy, ja sitten määrittelee sen perspektiivin (puhujan, kertojan, jne.), joka kyseiset esitykset on tehnyt. Erittäin yksinkertaistettu malli voisi olla vaikkapa "mitä sanotaan ja mistä" ja "kuka sanoo ja miten".

Sanastolliset valinnat ja niiden tarkastelu ovat keskeinen osa diskurssianalyysia, sillä halusimme sitä tai emme, kielelliset valintamme kertovat paljon meistä ja ajatuksistamme. Paitsi että erilaiset sanavalinnat sisältävät erilaisia sisäänrakennettuja viestejä, kuten esimerkiksi koira tarkoittavat sanat *piski, hauvo* ja *rakki*, on erityisen keskeistä tutkia sitä, miten näillä valinnoilla ja niiden myötä erilaisilla diskursseilla on valta luoda erilaisia kuvia todellisuudesta. Saman tiedon voi tuoda esille hyvin

erilasin leksikaalisin keinoin, jolloin syntynyt kokonaiskuva voi olla valinnoista riippuen aina erilainen. (Fairclough 2003: 129-131.)

Diskurssintutkimus ei koskaan ole absoluuttista tai universaalia, eikä tutkijan ole siis mahdollista laatia aineistosta kaiken kattavaa analyysia huolimatta aineiston koosta tai laadusta. Keskeistä onkin ymmärtää tutkimuksen luonne kuvaavana selittävän sijaan. (Pynnönen 2013: 35.) Näin ollen kaksi diskurssintutkimusta samasta aiheesta ja aineistosta kahden eri tutkijan tekemänä ei samoista lähtökohdista huolimatta ole lopputulokseltaan täysin samanlainen.

2.2 Systemis-funktionaalinen kielioppi

Erilaisia diskursseja tutkiessa kontekstin ja kielen eri merkityspotentiaalien tarkastelu on keskeistä onnistuneelle analyysille. Pyrin seuraavaksi taustoittamaan hieman sitä teoriataustaa, jolle analyysiani perustan. Erityisesti Twitterin kaltaista sosiaalista mediaa tutkiessa on nähdäkseni perusteltua ja tarpeellista tarkastella kieltä osana tai pikemminkin yhtenä sosiaalisena järjestelmänä, jolloin kontekstin merkitys korostuu väistämättä.

Systemis-funktionaalisen kielitieteen isänä ja kehittäjänä pidetään brittiläistä M. A. K. Hallidayta. Luukan mukaan Hallidayn työn taustalla on ollut tämän käsitys siitä, että kielentutkimuksen tulee pohjata todellisuuden kielenkäyttöön ja näin ollen teorian on oltava sidoksissa tähän todellisuuteen. Tällainen ajattelumalli on puolestaan Saussuren ajatuksia mukaileva, sillä Saussuren muotoileman merkityksen ja merkitsijän välinen suhde eli todellisuuden ja kielen välinen suhde on ollut merkittävä kielentutkimuksen teoria. (Luukka 2002: 91-92.) Teorian kaksiosainen nimi antaa osviittaa siitä, millaisia painotuksia tarkastelun alla on. Tämän tutkimuksen kannalta tarkasteltuna keskeisin tämän teorian anti onkin ymmärtää kielen ja kontekstin sidosteisuus sekä ymmärtää kielen muodostamien merkitysten rakentuminen siinä todellisuudessa, jossa ne kulloinkin esiintyvät. Samoilla leksemeillä voi olla kontekstista riippuen siis hyvin erilaisia tarkoituksia.

Funktionaalisuuden voidaan katsoa olevan lähtöisin 1900-luvun alkupuoliskolta, jolloin Vilém Mathesius julkaisi ei-historiallista kielitiedettä ajavan artikkelinsa. Mathesiuksen ja venäläisen Roman Osipovits Jakobsonin ajatusten pohjalta muodostui ns. Prahan koulukunta, jonka perustana oli käsitys kielen eri rakenteiden muodostumisesta kieliyhteisössä niille annettujen merkitysten eli funktioiden perusteella. (Luukka 2002: 92.) Hallidayn oppi-isä J.R. Firth oli puolestaan ns. Lontoon koulukunnan perustaja, jonka ydinkäsityksenä oli puolestaan kielen kontekstuaalisista merkityksistä (mts. 92-93). Kontekstin käsitteen osalta tärkeä kehittäjä on myös Bronislaw Malinowski, jonka tärkeimpinä huomioina voidaan Luukan mukaan pitää hänen

käsitystään kielestä merkityksellisenä ainoastaan kontekstisidonnaisesti. Toisin sanoen, hänen mukaansa kielellinen ilmaisu, oli kyseessä sitten sana tai muu kielellinen muoto, saa merkityksen vasta tilanteisessa kontekstissa ja ilman tätä kontekstia, funktiota ei ole. (Mts. 93-94.) Tässäkin siis korostuu kielen merkitys ja rooli yhteisön tarpeisiin vastaavana rakenteena, jonka olemassaolo riippuu siitä, kuinka hyvin se täyttää halutut tarpeet. Kielen tutkiminen ilman tätä kontekstia on mahdotonta juuri tästä syystä, joten kielitieteilijän on oltava valmis tutustumaan myös kulloinkin tarkastelussa olevan kielen sen hetkiseen käytötodellisuuteen ja -yhteisöön.

Toinen tärkeä huomio on niin ikään käsitys siitä, mikä lopulta on kielenkäytön perusyksikkö, joka Malinowskin mukaan on teksti. Hänen mukaansa kieli todentuu tekstien kautta ja ne myös välittävät merkityksiä ja toimivat eri konteksteissa. (Luukka 2002: 93-94.) Hallidayn teoriassa erityisesti tämä kontekstin merkitys on Malinowskilta lähtöisin. Firth puolestaan oli nimenomaan kiinnostunut toistuvuudesta, kielenkäytön erilaisista ilmiöistä ja säännöllisyyksistä, joten tässä suhteessa hänen näkemyksensä erosivat jonkin verran Malinowskin kulttuuriseen kontekstiin keskittyvistä ajatuksista. Yksittäisen tapahtuman sijaan tuli Firthin mukaan kielen tutkimuksessa ja kielitieteessä keskittyä tarkastelemaan toistuvia malleja, systeemejä. Oman tutkimukseni kannalta hyvin olennaista on lisäksi Firthin korostama käyttökonteksti, sillä sanojen ja lauseiden merkitysten ymmärtäminen riippuu usein kontekstin ymmärtämisestä. (Firth 1968: 14-16, Luukka 2002: 95-96.) Shore mainitsee esimerkkinä tällaisesta systeemistä suomen sananloppuiset äänteet, jotka puhuja voi valita tietystä rajatusta joukosta, jonka muodostavat kaikki vokaalit sekä konsonantit /t/, /n/, /s/, /r/ ja /l/ (Shore 2012: 134). Kulttuurisen kontekstin tunteminen on tässä tapauksessa olennaista, jotta tiedetään ensinnäkin käytössä olevien äänteiden skaala, minkälaisia sanoja suomen kielessä yleensä on ja minkälaisia ominaisuuksia niillä on. Yksilöllä on oltava joitakin tietoja kielestä ja sen käyttökontekstista, jotta hän kykenee sitä käyttämään.

Systeemiä voisi siis pitää eräänlaisena potentiaalisten vaihtoehtojen joukkona, jonka jäsenet soveltuvat kohdekielen tiettyyn funktioon ja tiettyyn paikkaan. Shoren mukaan Firth painotti kielentutkimuksen käsityksissään sitä, että tutkimuksessa keskityttäisiin nimenomaan osakieleen, eli nimensä mukaisesti koko kielijärjestelmän sijasta johonkin tiettyyn ja määriteltyyn osioon. Toki tällöin myös tehty analyysi koskettaa vain tätä tiettyä kohdetta, jolloin tulosten vertailunkin on tapahduttava vastavasti rajattujen tutkimusten välillä. (Shore 2012: 133.)

Halliday siis rakensi omaa teoriaansa useiden erilaisten ajatusten päälle. Kiis-tatta hyvin keskeinen tekijä on ollut Saussuren kaksijakoinen kielikäsite, jossa siis kielen ajatellaan koostuvan kielestä (*langue*) ja puhunnasta (*parole*). Saussuren mukaan kielitieteen tulisi keskittyä ensisijaisesti kielen rakenteiden tarkasteluun ja puhuntaa tulisi tutkia eri metodein. Halliday tarttui näihin ajatuksiin, mutta muovasi niitä sosi-aalisempaan tarkastelusuuntaan ja ikään kuin liitti ne toisiinsa limittyviksi. *Langue* sai

Hallidayn jaossa nimen *merkityspotentiaali* ja *parole* nimen *teksti*. Molemmat ovat kuitenkin hänen mukaansa samalla tavalla merkittäviä teorialle ja ”sosiaalisia, yhteisöllisiä ja toiminnallisia” (Luukka 2002: 97.) Lisäksi on keskeistä muistaa, että Halliday ei viitannut tekstin käsitteellä tekstiin sellaisena kirjoitetussa muodossa olevana merkijärjestelmän konkreettisena muotona, kuin teksti yleensä mielletään, vaan käsite kattoi sekä puhutun että kirjoitetun muodon (Shoren 2012: 137 mukaan Halliday 2002 [1961]: 39, Halliday ym. 1964: 37-40).

Jos merkityspotentiaali siis ajatellaan kirjaimellisesti sellaisena abstraktiona, joka kuvaa kaikkia valittavissa olevia mahdollisuuksia, joita kielen käyttäjä voi tehdä, on teksti niiden konkreettinen rakentuma. Kuitenkin molemmat ovat tällä tavoin tarkasteluna kiistatta sidoksissa toisiinsa ja myös sidoksissa yhteiseen teoriaan, toisin kuin Saussure arvioi. Syynä tälle on Luukan mukaan puhunnan, tai tekstin, alttius muutokselle, jolloin universaali ja absoluuttinen tutkimus ei olisi edes mahdollista. Halliday pyrki omalla kieliteoriallaan yhdistämään molemmat puolet ja keskittämään näkökulman sekä kielen systeemeihin että niihin funktioihin, joissa se todellisuudessa toimii ja elää. (Luukka 2002: 97-98.)

2.3 Kielen eri muodoista

Tutkimuksen toisessa tutkimuskysymyksessä tarkastelen Postin viestinnän yleiskielestä poikkeavia kielen piirteitä, ja tähän kysymykseen vastaaminen edellyttää käsitteiden *yleiskieli*, *puhekieli* ja *verkkokieli* määrittelyä. Mainitsen myös lyhyesti muita kielen variantteja, mutta keskityn tarkastelussani vain kolmeen edellä mainittuun, sillä niiden katson olevan toisaalta keskeisimmät niin yleisyyden kuin tutkimuksenikin kannalta.

2.3.1 Yleiskieli

Yleiskielellä tarkoitetaan sitä kielen muotoa, joka on jokaisen kielenkäyttäjän ymmärrettävissä huolimatta siitä, mitä murretta puhuu. Nimensä mukaisesti se on käytössä erilaisissa julkisissa ja yleisissä konteksteissa, kuten lehdissä, tiedotteissa ja eri alojen oppikirjoissa (Kotus). Yleiskieli on sitä suomea, joka on kaikille kielenpuhujille mahdollisimman tuttu ja yhtenäinen, ymmärrettävä ja toimiva. Virallisissa yhteyksissä käytetään yleiskieltä juuri tästä syystä, taaten mahdollisimman monelle tasapuolisen mahdollisuuden ymmärtää ja osallistua. (Kotus.) Yleiskieli onkin kielen eri variaatioista se, joka on kieliyhteisössä erikoisasemassa suhteessa muihin (Hiidenmaa 2004: 234).

Yleiskielestä voidaan käyttää myös nimitystä *kirjakieli*. Historiallisesti kirjakielen kehitys on ollut vahvasti sidoksissa nationalismin syntyyn ja siihen, että useita alueellisia murteita edustamaan on noussut yksi kielenmuoto, joka toimi julkisen elämän kielenä eri aloilla (Hiidenmaa 2004: 234). Suomessakin kirjakielen kehitys on ollut kiinteä osa maan historiaa. Varsinainen kirjakielen luominen alkoi 1500-luvulla uskonpuhdistuksen myötä, kun suomen kielen isäksikin kutsuttu Mikael Agricola kirjoitti ensimmäisen suomenkielisen aapisen ja suomensi myöhemmin Uuden testamentin (Heininen 2021 [1997]) mutta varsinaisesti vasta 1800-luvulta lähtien voidaan puhua nationalismin ja kielen yhteydestä. Aiemmin ruotsi oli ollut ainoa virallinen kieli, mutta nyt suomen kielen asemaa alettiin vahvistaa aktiivisesti ja monet ruotsinkielisetkin vaihtoivat suomen kotikielekseen (Nuolijärvi 2018). Suomen itsenäistyttyä vuonna 1917 kielipolitiikan rooli kasvoi ja vuonna 1919 eduskunta säätöi kansalliskieliksi suomen ja ruotsin (Räsänen 2017).

Eri käsitteiden hahmottamista vaikeuttaa se, että puhekielen ja yleiskielen yhteinen muoto on *yleispuhekieli*. Kyseinen kielimuoto on siis yleiskielen normeja noudattavaa puhuntaa. (Koivusalo 1986.) Tämän lisäksi Koivusalo nimeää muun muassa sellaisia käsitteitä kuin *lähikieli*, *aluepuhekieli* ja *juttelukieli*. Kaikkien näiden ominaisuuksien ja eroavaisuuksien tunnistaminen ei ole tämän tutkimuksen kannalta olennaista, mutta käsitteiden moninaisuus auttaa ymmärtämään, miten laajasta joukosta saman kielen eri muotoja on kyse.

Käsitteellä *kielenhuolto* viitataan yleensä nimenomaan yleiskieleen ja sen käytön ohjailuun (Kotus). Tarkoituksena on muun muassa edistää kielenkäyttäjien tasa-arvoa ja tietoisuutta kielestä, sekä tarjota kielenkäyttäjille mahdollisuuksia oman kieltensä tutkimiseen ja ymmärtämiseen (Hiidenmaa 2004: 266, 272-273). Vielä viime vuosikymmenellä kielenhuolto oli vahvasti profiloitunut preskriptiiviseksi eli ohjeita antavaksi deskriptiivisen eli kuvailevan sijaan. Käytännön ero on siinä, että edellinen pyrkii ohjailemaan kieltä ja sen käyttöä ja muutosta ohjeiden avulla, jälkimmäinen kuvailee kieltä ja sen käyttöä. Nykyään kielenhuollossa on mukana myös laajempia näkökulmia kielestä ja esimerkiksi erilaiset kontekstit ja tekstilajit huomioidaan ohjeissa paremmin. (Hiidenmaa 2004: 294.) Jokaisen kielenkäyttäjän yhtäläiset mahdollisuudet ymmärtää ja käyttää kieltä ovat kirjakielen merkityksen ytimessä.

Kielenhuoltoon liittyy vahvasti myös kielenkäyttäjien itsensä käsitykset siitä, millainen kieli on ”oikeaa” ja millainen ”väärää”. Esimerkiksi Haakana ja Mäntynen (2002: 292) ovat tutkimuksessaan havainneet, että kielenkäyttäjillä on usein verrattain normatiivinen ja erilaisiin kielen virheisiin painottuva näkökulma. Virheiden ja poikkeamien huomaaminen ja havaintojen ilmaiseminen kertovat siis kielenkäyttäjien omista kokemuksista liittyen siihen, mikä kieli on hyvää ja mikä ei. Kielenhuolto ja kielen oikeellisuus herättävät kieliyhteisön jäsenissä tunteita, jotka usein näyttäytyvät yleisessä keskustelussa negatiivisina (Voutilainen 2016: 147). Näiden tunteiden

ilmaisu ja ilmaisutapojen eri muodot ovatkin se lähtökohta, josta omaa tutkimustani teen.

2.3.2 Puhekieli

Yleiskielen rinnalla puhutaan usein toisesta kielen variantista, *puhekielestä*. Ei kuitenkaan ole olemassa yhtä yksittäistä ja yhtenäistä puhekielen muotoa, vaan niitä on yhtä monta kuin on puhujiakin. Niin kutsutuksi yleispuhekieleksi nimitetään sitä puhutun kielen muotoa, jota käytetään esimerkiksi erilaisissa virallisissa yhteyksissä ja jonka katsotaan noudattavan tiettyjä normeja. Tästä eroaa arkinen tai yksityinen puhekieli, jossa on lukemattomia eri variantteja. (Koivusalo 1986.) Jokaisella kielen puhujalla on oma idiolektinsa, puheen kielimuoto, joka eroaa muiden ihmisten idiolektista (Tieteen termipankki). Jokainen meistä puhuu siis omalla, uniikilla tavallaan, ja tilanteesta riippuen puhemielemme voi olla hyvinkin erilaista. Vaikuttavia tekijöitä ovat paitsi yksilöön liittyvät muuttujat, kuten ikä, sosioekonominen tausta ja murre, mutta myös konteksti. Keskustelukumppanimme tai puhetilanne ylipäättään vaikuttavat siihen, mitä sanomme ja miten.

Puhekielen ominaispiirteet ovat siis hyvin konteksti- ja yksilökohtaisia, mutta joitakin kieliopillisia eroja voidaan nostaa. Verrattuna kirjoitettuun kieleen puhutussa kielessä on usein paljon muun muassa niin kutsuttuja suunnitteluilmauksia, kuten *niinku* ja erilaisia korjauksia, kuten *eiku*. Puhutussa kielessä käytetään myös tyypillisesti kirjoitettua kieltä enemmän pronomineja, kuten *se* ja *toi* (Viinikka & Voutilainen 2013). Näitä eroja voi osaltaan selittää tarkastelemalla sitä, miten vastaanottajan rooli ja tilanne eroavat näiden kahden kielimuodon välillä. Kirjoitustilanteessa lukija ei ole läsnä, joten kirjoittajan on pidettävä huoli siitä, että viittaussuhteet ovat mahdollisimman selviä. (Hakulinen 2003: 7.) Rungas pronomien käyttö ei palvele tätä tarkoitusta, vaan saattaa päinvastoin tehdä tekstistä vaikeamman ymmärtää. Puhetilanteessa puhuja ja vastaanottaja ovat sitä vastoin yleensä samassa tilanteessa ja hetkessä, jolloin tarkoitusten ja merkitysten selventäminen on helpompaa (Haataja 2007: 12).

Sanastoerot puhutun ja kirjoitetun kielen välillä liittyvät myös lauserakenteisiin ja siihen, miten sama asia ilmaistaan eri tavoin. Käytännössä puhemiehelle on tyypillistä ns. väljempi ilmaisu, jossa pitkä yhdyssana on purettu osiin tai sanan johtimia on karsittu. Saukkonen (1970) nimeää yhtenä esimerkkinä edellisestä yhdysosan *vallankeskittämisyrikkymykset* joka puhutussa kielessä taipuu luontevammin muotoon *pyrkimykset keskittää valtaa*. (Saukkonen 1970.) Lauseet myös liittyvät toisiinsa konjunktioilla muodostaen toisinaan hyvinkin pitkiä kokonaisuuksia. Tyypillistä on esimerkiksi lisätä rinnastuskonjunktio *ja* lauseiden rajalle, jolloin yksittäinen virke voi kasvaa useiden päälauseiden ketjuksi. Tällaista ilmaisutapaa pidettäisiin kirjoitetussa

kielessä hankalasti luettavana, mutta vastaavasti kirjoitetun kielen lyhyemmät virkerakenteet olisivat puhuttuina kömpelöitä. (Mts.)

Informatiivisella tasolla puhekieli on hitaammin tietoa välittävää. Puhuja etenee asiasta toiseen kirjoitetusta kielestä poikkeavalla tahdilla, mikä johtuu osin tarpeesta varmistaa, että kuulija pysyy mukana puhujan ajatuksenjuoksussa. Monisanaisuus siis tarjoaa sekä puhujalle että kuulijalle aikaa toisaalta jäsentää ajatuksia puhuttuun ja ymmärrettävään muotoon ja toisaalta vastaanottaa näitä ajatuksia kohtuullisella tahdilla. Puhuttu kieli sisältääkin paljon sellaisia pieniä kielen aineksia, joita kirjoitettussa kielessä on huomattavasti vähemmän, kuten rinnastuskonjunktioita ja pronomineja. Näin ollen samat säännöt ja normit, jotka koskevat kirjoitettua kieltä, eivät ole sellaisinaan sovellettavissa puheeseen. (Mts.)

Yleiskielen ja puhutun kielen erojen tarkastelu tarjoaa mielenkiintoisen lähtökohdan tutkimukselle, mutta samalla on hyvä olla tietoinen niiden erilaisista käyttötarkoituksista ja -ympäristöistä. Yli viiden miljoonan erilaisen suomen kielen variantin joukossa on luonnollisesti paljonkin vaihtelua, mutta kaikille yhteisen yleiskielen opetus ja käyttö takaa jokaiselle yhtäläiset mahdollisuudet ymmärtää kieltä ja käyttää sitä eri yhteyksissä. Yhteisen kielijärjestelmän pohjalta jokainen voi myös itse tutustua erilaisiin suomen kielen muotoihin ja rakentaa omaa idiolektiaan.

2.3.3 Verkkokieli

Tutkimusaineistoni sijoittuu verkkoympäristöön ja sosiaaliseen mediaan, joten on keskeistä tutkimuksen teon kannalta ymmärtää tämän kontekstin vaikutus tarkastelun alla olevaan kieleen ja vuorovaikutukseen. *Verkkokielestä* on viime vuosikymmeninä tullut keskeinen osa tavastamme käyttää kieltä, ja sen ilmiöiden ja säännönmukaisuuksien ymmärtäminen on siten edellytyksenä onnistuneelle verkkoviestinnälle ja -vuorovaikutukselle. Nuolijärvi (2000: 32) kutsuu tutkimussuuntausta virtuaalisosiolingvistiikaksi, ja nimi kiteyttääkin osuvasti tutkimuksen painotuksen toisaalta kielitieteessä, toisaalta sosiaalisissa ilmiöissä. Verkkokielelle on ominaista se, että vaikka keskustelu on kirjoitettua, se ei ole kuitenkaan kirjakielen normien mukaista, vaan muistuttaa monelta osin puhekieltä (Vauras 2008: 210). Käytän tässä tutkimuksessa nimenomaan nimitystä verkkokieli, muita ilmiön nimityksiä ovat mm. verkko-suomi (Vauras 2008: 210), arkikirjoitus (Kotilainen 2007: 5) ja virtuaalipuhe (Nuolijärvi 2000: 32).

Verkkokielelle ominaisia piirteitä ovat suhteellisen vapaat kirjoituksen normit, mikä erottaa kielimuodon kirjakielen runsaista oikeinkirjoitusohjeista ja -säännöistä. Digitaalisessa ympäristössä kielen tärkeimmäksi ominaisuudeksi on muodostunut nopeus, helppous ja ymmärrettävyys, ja näin ollen esimerkiksi runsaat välimerkit jäävät lyhyistä viesteistä herkästi kokonaan pois. Kuitenkin myös verkkokieli on kaiken

kielen tavoin sidoksissa kontekstiin, ja yhden yhtenäisen verkkokielen sijaan voidaan-kin puhua useista verkkokielen eri varianteista (Nuolijärvi 2000: 33). Virallisemmissa yhteyksissä tai tuntemattomien kanssa viestiessä muodollisempi kieli on tyypillisempää kuin läheisten ystävien kesken käydyssä viestinvaihdossa. Jälleen palataan niiden sääntöjen ja normien äärelle, joiden tuntemusta kielenkäyttäjältä edellytetään. Crystalin (2001: 68) mukaan säännöt voivat olla kirjallisia, sivustolla selkeästi esille tuotuja ja niiden rikkominen johtaa muiden sääntörikkomusten tavoin yhteisöstä poistamiseen, mutta paljon on myös kirjoittamattomia sääntöjä, joista käyttäjä ei välttämättä ole lainkaan tietoinen. Esimerkkinä tällaisesta kirjoittamattomasta säännöstä, joka lisäksi erottaa verkkokielen keskeisesti kirjakiielestä, on pisteen semanttinen merkitys lauseen tai virkkeen lopussa. Kirjakiielessä piste toimii yksinkertaisesti sen merkinä, että virke on päättynyt, mutta verkkokeskustelussa sillä on usein tyly, jopa vihainen merkitys. Aamulehti on kirjoittanut aiheesta jo 19.6.2016, ja uutisessa Kotuksen tutkija Liisa Raevaara vahvistaa havainnon olemassaolon. Hänen mukaansa pisteen tulkitseminen tylyksi linkittyy ajatukseen siitä, että piste lopettaa jatkumoksi nähdyn viestintätilanteen. Sukupolvien välinen kuilu näyttäytyy lasten ja vanhempien välisessä viestinvaihdossa, kun nuori tulkitsee vanhemman neutraaliksi tarkoittaman viestin tylyksi. (Murtoniemi 19.6.2016.) Kyse on kuitenkin näissä tilanteissa nimenomaan epävirallisesta ja yleensä juuri verkkoyhteisössä tapahtuvasta viestinvaihdosta, joten esimerkiksi kirjallisuutta tai virallisia tiedotteita lukiessa pistettä ei näin ollen assosioida samaan tunnelataukseen.

Twitteriä tutkiessa tätä pisteen puuttumista voi verkkokielen normien perusteella tarkastella myös rajoitetun merkkimäärän näkökulmasta. Viesti on joka tapauksessa päättynyt, joten kirjoittaja ei välttämättä koe tarpeelliseksi lisätä pistettä ilmaisemaan tätä merkitystä ja samalla käyttää yhtä merkkiä annetusta maksimimäärästä. Funktionaalisuuden näkökulmasta piste ei siis ole välttämätön, koska se ei kannata sitä samaa tarpeellista merkitystä, joka sillä tavallisesti kirjoitetussa kielessä olisi.

2.4 Oikeaa ja väärää kieltä

Kielentutkijana törmää väistämättä erilaisiin käsityksiin ja määritelmiin siitä, milloin kieli on niin sanotusti oikeanlaista ja milloin virheellistä. Kielenkäyttöämme kuten lähes kaikkea muutakin toimintaamme ohjaavat pitkälti normit, jotka voivat olla joko eksplisiittisiä tai implisiittisiä. Kielen tutkimuksessa implisiittisiä normeja ovat kaikenlaiset ”kirjoittamattomat säännöt”, jotka puhuja hallitsee ilman että on välttämättä edes tietoinen niistä. Eksplisiittisiä normeja puolestaan ovat erilaiset kielenhuollolliset päätökset ja ohjeet. (Termipankki, Tieteen termipankki.) Koska pitkälti kaikki

ihmislajin toiminta ja järjestäytynyt yhteiskunta nojaa sille oletukselle, että normeja noudatetaan, yhteisön jäsenet usein noteeraavat normien rikkomisen ja poikkeavan toiminnan.

Eksplisiittiset eli yhteisesti tehdyt ja sovitut normit käsittävät siis suuren osan erilaisista kielenhuollollisista ohjeista. Käytännössä se siis määrittelee yhden kieli-
muodon, jossa nämä normit toteutuvat, ensisijaiseksi muodoksi, jolla on eräänlainen auktoriteettiasema tai prestiisiasema. Käsitteellä *prestiisi* viitataan tässä kontekstissa siis siihen, että kyseinen kielimuoto on tavalla tai toisella enemmän oikein kuin muut ja sillä on erilainen arvovalta kuin muilla (KS s.v. *prestiisi*). Kieliyhteisön jäsenet siis pitävät kirjakieltä oikeampana muotona kuin puhuttua (Cameron 2012: 56). Ihmisen pyrkimys luokitella asioita tällä tavoin oikeisiin ja väärin toteutuu pitkälti kaikenlaisessa sosiaalisessa toiminnassa, ja ilmiöstä käytetään nimitystä *standardisaatio*. Tavoitteena on yksinkertaistettuna varmistaa informaation yhtenäisyys riippumatta ulkoisista muuttujista (Cameronin 2012: 38 mukaan Milroy & Milroy 1985: 26.) Kirjoitettua kieltä on puhuttua kieltä helpompi ohjailta, joten standardisaatio koskee lähinnä edellistä.

Kieli on pohjimmiltaan vain joukko sopimuksia, ja Hiidenmaan mukaan meidän tulisi siirtää tarkastelun painopistettä kohti ymmärrystä siitä, että kielen variaatio on luonnollinen osa kieltä. Hyvän kielen määritelmä on ollut kauan auktoriteettien, kuten Suomessa vaikkapa Kotimaisten kielten keskuksen ohjailtavissa, ja kielenkäyttöä on pyritty ohjailemaan ikään kuin ulkopuolelta käsin. (Hiidenmaa 2004: 44, Sajavaara 2000: 68.) Siirtyminen normatiivisesta ohjeistuksesta enemmän kohti funktionaalisuutta ja kielen variaatioiden tasavertaisempaa asemaa voi synnyttää kieliyhteisön jäsenissä pelkoa kielen katoamisesta tai ”pilaantumisesta”, mutta lopulta muutos on kielen elinvoimaisuuden ehto.

Edellä mainittujen lisäksi voidaan puhua myös sosiaalisista normeista, jotka niimensä mukaisesti painottuvat ohjeistamaan kielellistä käytöstä, missä tilanteessa ja millä tavalla puhutaan, mitä sanoja käytetään milloinkin. Nämä ovat tyypillisesti implisiittisiä normeja, joiden olemassaolon havaitsee useimmiten vasta kun normia on rikottu. (Mäntynen 1996: 505, 513.) Rikotut normit puolestaan herättävät kieliyhteisön jäsenissä usein tunteita, joten myös affektiivisuus linkittyy keskeisesti kielen oikeellisuudesta käytävään keskusteluun. Mäntynen mukaan kielenhuollon normeista puhuttaessa puhutaankin tarkemmin koko yhteisön normeista ja siitä, mikä on vallitseva ihanne ja mitä tavoitellaan. (Mäntynen 1996: 515-516.) Tästä syystä ihanteiden kanssa ristiriidassa olevat kielimuodot saattavatkin herättää tunteita ja ajatuksia siitä, että jokin ”pilataan” tai että jokin ”uhkaa” ihanteena pidettyä konseptia. Erityisesti näiden sosiaalisten normien ja niiden synnyttämien tunnereaktioiden tunnistaminen onkin tutkimukseni kannalta tärkeää ja kaikki nämä liittyvät myös edelleen osaksi diskursianalyysia ja systeemis-funktionaalista teoriaa.

3 AINEISTO JA MENETELMÄT

3.1 Twitter

Twitter on vuonna 2006 julkaistu mikroblogipalvelu ja sosiaalisen median alusta, jossa jokaisen viestin eli *twiitin* merkkimäärä on syksystä 2017 ollut maksimissaan 280 entisen 140:n merkin sijaan (Grünn & Pöllänen 2017). Twitterin käyttäjät valitsevat itse tilit, joita seuraavat ja joiden twiitit he näkevät etusivullaan ja lisäksi heillä on oma erillinen seuraajajoukkonsa (Marwick & Boyd 2010: 116-117). Tämä on huomattava ero verrattuna esimerkiksi Facebookiin, jossa kuuluessani toisen käyttäjän ystävälis-talle, hän on myös minun listallani. Mikäli Twitter-tili on julkinen, myös muut kuin seuraajat pääsevät näkemään käyttäjän twiittejä, eikä tähän vaadita kirjautumista palveluun. Käyttäjät voivat myös jakaa toisten käyttäjien twiittejä, eli *retweetata*, jolloin yksittäisen käyttäjän kirjoittama twiitti voi levitä kauas oman seuraajakunnan ulkopuolelle. Näin ollen Twitterissä ei voi muodostaa varmentunutta käsitystä siitä, ketkä omia twiittejä lukevat, jolloin käsitys omasta yleisöstä saattaa hämärtyä. (Marwick & Boyd 2010: 117.)

Merkkimäärän rajoitus luo edellytykset sille, että Twitterissä lähetettävien viestien eli twiittien on oltava tiiviitä, mikä puolestaan luo mielenkiintoista pohjaa lingvistikselliselle analyysille. Toisaalta rajoitus myös tarkoittaa sitä, että jotakin olennaista saattaa jäädä viestin ulkopuolelle (Isotalus, Jussila & Matikainen 2018: 9-10). Kirjoittaja joutuu siis tekemään kirjoittaessaan valintoja siitä, miten ilmaista sanottavansa samanaikaisesti sekä ymmärrettävästi että annettujen raamien sisällä. Kiinnostavana hypoteesina tämän tutkimuksen kannalta onkin, että juuri tämä annettu rajoitus vaikuttaa viestien affektiiviseen sisältöön ja tekee viesteistä tunnelautuneempia kuin pidemmistä teksteistä, joissa viestiä voi pehmentää, perustella ja taustoittaa enemmän.

Luvussa 1.2 esittelin aiempaa tutkimusta ja myös hieman sitä, miten niin kutsuttu *word-of-mouth* -markkinointi toteutuu Twitterin kontekstissa. Keskeistä on myös muun muassa se, ettei yritys voi kontrolloida keskustelua ja niitä tietoja, joita palvelun käyttäjien keskuudessa leviää. Käytännössä tämä johtuu siitä, että viestintä on nopea-tempoista ja käyttäjät toteuttavat markkinointia ja mainostamista omille seuraajilleen, jotka jakavat viestiä eteenpäin. Kyse on kuitenkin suuremmasta ilmiöstä, jonka sosiaalinen media on luonut. Valta on siirtynyt enenevässä määrin yrityksiltä kuluttajille ja kuluttajien muodostamille yhteisöille (Berthon, Pitt, Plangger & Shapiro 2012). Tämä voi kuitenkin olla hyvä ja hyödyllinen asia, sillä sosiaalinen media alustana mahdollistaa asiakkaiden reaktioiden ja ajatusten kartoittamisen joka edistää parempaa asiakastuntemusta (Jansen et. al. 2009, 2186).

3.2 Aineiston kerääminen ja menetelmät

Olen rajannut aineistoni käsittämään yhden twiittiketjun eli yhden twiitin alle kerääntyneiden muiden twiittien yhdessä muodostaman kokonaisuuden. 9.9. käyttäjä @Kielipoliisi on ottanut kantaa sittemmin poistettuun twiittiin. Kyseinen twiitti ei ole ollut saatavilla aineistoon, mutta vastauksen kontekstista päätellen kyseessä on ollut pohdinta jonkin Postin oletetusti lähettämän viestin aitoudesta. @Kielipoliisi vastasi tähän seuraavasti:

Luulisin huijausviestiksi samoin kuin xx. Kiinnostaisi todella kuulla, miten @Postigroup on viestinnässään päätenyt tähän.

Samana päivänä noin tuntia myöhemmin käyttäjä @Postigroup, eli Postin virallinen Twitter-tili vastasi seuraavalla twiitillä:

Moikka moi! Kiva kun olette huomanneet muutoksen, se on ollut tarkoituskin 🙌🙌🙌 Haluamme olla lähempänä teitä, meidän ihania asiakkaita, kaveripohjalta yhdessä touhuten. Niin sanotusti mukana menossa 🤗 /Merja 9.9.2020

Kyseisen vastauksen alle on kirjoitettu suuri määrä vastauksia, joissa uudistuksen kieltä kommentoidaan ja näistä kommentteista muodostuu aineistoni toinen osa. Joukossa on sekä Postin että muiden käyttäjien vastauksia, joten aineisto auttaa vastaamaan molempiin tutkimuskysymyksiini. Jätän tutkimukseni ulkopuolelle sellaiset kommentit, jotka eivät liity viestintäuudistukseen, jotka sisältävät kuva- tai videomateriaalia tai jotka paljastavat henkilötietoja tai muuta henkilökohtaiseksi katsottavaa tietoa, sillä en katso näiden auttavan vastaamaan tutkimukseni kysymyksiin. Kielen ja sen synnyttämien tunteiden tarkastelun lisäksi tutkimuksessa korostuu myös sosiaalisen ja yhteiskunnallisen kontekstin merkitys kielen analysoinnissa ja tulkinnessa, sillä aineiston ulkopuolelle jääneissä kommentteissa esiintyy huomioita myös samaan

aikaan käynnissä oleviin Postin irtisanomisiin sekä Postin toimintaan ja palveluihin yleensä.

Postin kielen ilmiöitä tarkasteltaessa käytän aineistonani Twitterin lisäksi Postin omia nettisivuja. Mainitsen aina kunkin esimerkin kohdalla päivämäärän, jolloin kyseinen näyte on nettisivuilla ollut luettavissa, jotta mahdollisista sivuston päivityksistä ja muokkauksista johtuvat muutokset sisällön suhteen eivät hämäisi. On kuitenkin siis täysin mahdollista, ettei nostamiani esimerkkejä ole sellaisenaan olemassa enää tämän tutkimuksen julkaisun aikaan tai sen jälkeen, mutta tämä ei kuitenkaan vaikuta tutkimuksen tekoon tai analyysin laatuun, sillä painopiste on nimenomaan tietyn ajankohdan reaaliaikaisessa Twitter-keskustelussa.

Menetelmänä käytän aiemmin teorialuvussa 2.1 esittelemiäni Fairclough'n (2003: 129) nimeämiä keinoja diskurssien nimeämiseen ja tunnistamiseen. Ensin siis pyrin tunnistamaan aineistossa esiintyvät teemat: millaisia ajatuksia ja mielipiteitä esiintyy, mitkä kenties toistuvasti, millä tavoin omaa kantaa tuodaan esille, mitkä sanat tai sanavalinnat nousevat esille. Tämän vaiheen jälkeen on Fairclough'n (mts.) mukaan tärkeää tunnistaa se tai ne näkökulmat, joista nämä esiin nousseet representaatiot on tehty. Näistä yhdessä muodostan lopulta diskursseja, jotka sitten ryhmitteleen ja nimeän sen perusteella, mikä niiden hallitsevana teemana mielestäni näyttäytyy.

3.3 Aineiston eettisyys ja tietosuoja

Sosiaalisen median tekstien tutkimiseen ei ole olemassa yleispäteviä ohjeita, vaan soveliaat tutkimusmenetelmät on valittava tapauskohtaisesti. Tutkijan tulee ottaa huomioon käyttämänsä palvelun yleiset käyttöehdot, aineiston arkaluonteisuus ja sen julkisuus. Kaikkien niiden henkilötietojen poistaminen, jotka eivät ole tutkinnan kannalta keskeisiä, kuuluu myös tutkijan vastuuseen. Tässä tutkimuksessa twiittien julkaisijan henkilöllisyys tai mitkään muutkaan henkilöä koskevat tiedot eivät ole tutkimuksen kannalta olennaisia, joten niitä en tutkijana käsittele tai tutkimuksessa esiin tuo. Pyrin karsimaan aineistosta kaiken sellaisen materiaalin, joka voisi johtaa suoraan tai välillisesti twiitin kirjoittajan tunnistamiseen, mutta tästä huolimatta on twiittien sanavalintojen perusteella mahdollista selvittää julkaisijan henkilöllisyys. Tästä mahdollisesti käyttäjälle aiheutuva haitta ei ole tutkijan tai tutkimuksen vastuulla Twitterin käyttöehtojen ja lainopillisten lähteiden nojalla.

Lähtökohtana on, että twiittien lukeminen ja Twitterin selaaminen ovat julkisia kaikille internetin käyttäjille, eikä keskustelujen lukemista siis ole rajattu ainoastaan palvelun käyttäjille. Twitterin yksityisyyssehdossa lisäksi korostetaan, että Twitter on julkinen palvelu ja käyttäjä on vastuussa julkaisuistaan ja Twitterin käyttöehtojen

mukaan käyttäjän tulisi julkaista ainoastaan sellaista sisältöä, jonka haluaa jakaa muille (Twitter). Näin ollen voidaan perustella twiittien vapaata tutkimusta sillä, että palvelun käyttäjien odotetaan ja oletetaan sitoutuvan näihin käyttöehtoihin. Lisäksi EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen artiklan 6 mukaan tietojen käsittely on lainmukaista, jos vähintään yksi artiklan kuudesta kohdasta täyttyy. Artiklan viidennessä kohdassa todetaan, että ”käsittely on tarpeen yleistä etua koskevan tehtävän suorittamiseksi – ” ja tieteellinen tutkimus lukeutuu tähän kategoriaan. (EU 2016.)

Tutkimusaineistoa ei ole tutkimuksen valmistumisen jälkeen välttämätöntä hävittää nojaten edellä mainittuihin Twitterin käyttöehtoihin, joiden perusteella käyttäjä hyväksyy twiittiensä julkisuuden. Lisäksi jokaisen vastuullisen internetin käyttäjän odotetaan tiedostavan julkaisujen verrattainen ikuinen säilyminen sittenkin, kun käyttäjä itse poistaa julkaisunsa. Näin ollen aineiston poistamisen vaatiminen ei ole perusteltua. Aineiston keruuta varten otetuissa näyttökuvissa mahdollisesti näkyvät nimimerkit ja nimet eivät niin ikään ole salassa pidettävää tietoa yllä mainituista syistä. Niitä ei kuitenkaan tutkimuksessa julkaista ja tutkijana sitoudun siihen, etten käytä näitä nimitietoja tai muita kuvista selviäviä tietoja epäasiallisesti tai tavalla, joka ei tutkimuksen tekemisen kannalta ole välttämätön.

4 AINEISTON ANALYYSI

Analyysini rakentuu siten, että etsin ensin Postin Twitteristä ja nettisivuilta yleiskielestä poikkeavia piirteitä ja jaottelen Twitter-kommenteissa esiintyvät huomiot näistä Postin kielen piirteistä karkeasti eri diskurssiryhmiin. Käytän tässä tutkimuksessa melko laveaa yläkäsittettä *yleiskielestä poikkeavat piirteet* välttääkseni sellaisten tahattomien oletusten tekemisen ja omien kielellisten asenteideni vaikutuksen, joita tiettyjen piirteiden kutsuminen puhekielisiksi saattaisi aiheuttaa. Tämä osa aineistosta on siis muodostettu sen pohjalta, mitä nostoja Twitterin käyttäjät ovat tehneet, ja mitkä huomiot nousevat esille.

4.1 Postin kielen yleiskielestä poikkeavat piirteet

Postin kieltä ja sen ominaisuuksia voisi tutkia useista eri näkökulmista käsin, sillä esimerkkejä on tarjolla niin murretutkimuksen kuin lainautumisen ja etymologian tutkimuksen tarpeisiin. Valitsin tämän tutkimuksen painopisteeksi nimenomaan yleiskielestä poikkeavat kielen ilmiöt, sillä niitä koskevat huomiot esiintyivät aineistossa verrattain usein. Lisäksi halusin sitoa tutkimukseni ajankohtaiseen yhteiskunnalliseen kontekstiin ja keskusteluun siitä, mikä on eri insituutioiden ja virallisten tahojen rooli ja vastuu osana suomen kielen aseman vahvistusta.

Muun muassa Helsingin Sanomat haastatteli uudistuksen tiimoilta Postin asiakaskokemuksesta ja kanavista vastaavaa Kaisa Ilolaa, joka on kommentoinut asiaa seuraavasti:

Tapamme viestiä on ollut kapulakielinen ja ehkä sisältäpäin lämpiävä. Meidänkin täytyy uudistua. (Kukkonen 10.9.2020).

Sitaatti on mielenkiintoinen, koska se rinnastaa yleiskielisen viestinnän kapulakieleen, jolla viitataan vaikeasti ymmärrettävään virkakieleen. Suomen lain

näkökulmasta Posti on valtion omistamana yrityksenä kielilain velvoittama, jolloin sen ”on annettava palvelua ja tiedotettava suomeksi tai ruotsiksi toiminnan laadun ja asiayhteyden edellyttämässä laajuudessa ja tavalla, jota kokonaisuutena arvioiden ei voida pitää yhtiön kannalta kohtuuttomana” (Finlex: Kielilaki §24). Se, mikä on kulloinkin asiayhteyden edellyttämää, on kuitenkin pitkälti harkinnanvaraista. Samaten hallintolaki velvoittaa viranomaisia käyttämään viestinnässään ”asiallista, selkeää ja ymmärrettävää kieltä”. (Cavén 2019, Finlex: Hallintolaki § 9.) Lakitermistö on siten osin tulkinnanvaraista, että se mikä on selkeää yhdelle, ei ole sitä välttämättä toiselle, jos kyse on muusta kuin yleiskielisestä viestinnästä. Yleiskielen käyttö virallisissa yhteyksissä on juuri tästä syystä suositeltavaa, sillä sitä opetetaan murrealueesta riippumatta samalla tavalla kaikissa Suomen kouluissa, jotta taataan jokaiselle yhtäläinen mahdollisuus ymmärtää ja osallistua maanlaajuisesti tapahtuvaan viestintään.

Uudistustarpeen perustelu sillä, että aiempi kieli ei ole ollut riittävän selkeää on sellaisenaan tarkoituksenmukainen, mutta jättää kuitenkin aukkoja viestintään. Yhtenä esimerkkinä tästä on muun muassa murrekysymys. Postin käyttämä kieli on murteellisesti sijoitettavissa Etelä-Suomeen, mikä on herättänyt keskustelua siitä, miksi muita murteita ei ole yhtä lailla edustettuna uudistuksessa. Ylen haastattelussa Ilola perusteli valintaa sillä, että kyse on puhutusta yleiskielestä, joka on käytössä halki Suomen (Laakkonen 2020). Helsingin Sanomien haastattelussa hän kuitenkin totesi, ettei muiden murteiden käyttö alueellisesti kohdennettuna ole mahdoton ajatus (Kukkonen 2020). Edelliseen kommenttiin viitaten ei esitetty väite ole murreutkimuksen kannalta tosi, sillä puhuttu yleiskieli on maanlaajuisesti hyvin heterogeenistä. Yhden murrealueen ominaisuuksien valitseminen koko puhekielen edustajaksi on ehkä tiedostamaton, mutta kiistanalainen viesti siitä, mitä kielimuotoa arvotetaan ja minkä asemaa halutaan vahvistaa.

Yritysten viestintä tavoittaa yrityksen koosta riippuen jopa miljoonia ihmisiä päivittäin, joten on paljonkin merkitystä sillä, millaisia kielellisiä valintoja yritys toiminnassaan tekee. Monet mainossloganit ovat jääneet puheeseen elämään vielä vuosiksi sen jälkeen, kun kampanja on jo päättynyt ja ne ovat omiaan rikastuttamaan kieltä ja tuomaan kieliyhteisöä yhteen, kun pragmaattisen merkityksen lisäksi yhteisön jäsenet tunnistavat sanojen semanttisen yhteyden (esim. mainos). Esimerkkejä tällaisista suomalaisten muistamista ja jokapäiväiseen kielenkäyttöön jääneistä mainossloganeista ovat ainakin DNA:n ”Elämä on”, McDonaldsin ”Syökää kanaa” ja Gigantin ”Se nyt vaan on tyhmää maksaa liikaa”.

Olen jaotellut yleiskielestä poikkeavat piirteet karkeasti kahteen alalukuun, jotka ovat kieliopilliset piirteet sekä lainasanat ja intertekstuaalisuus. Tällä jaottelulla pyrin havainnollistamaan sitä, että Postin kielen piirteet muodostuvat sekä morfeemitasolla, että laajemissa yhteyksissä. Tarkemmin näitä piirteitä käsittelen diskursseja koskevissa luvuissa.

4.1.1 Kieliopilliset piirteet

Yksi puhekielelle ominaisista ilmiöistä on kirjoitetussa kielessä esiintyvien possessiivisuffiksien putoaminen pois. Possessiivisuffiksi eli omistusliite on sananloppuinen affiksi eli suffiksi, joka kantaa omistajuudesta kertovaa merkitystä. Kirjakielessä se lisätään aina persoonapronominin genetiivimuodon eli omistusmuodon pääsanaan kaikissa muissa tapauksissa ehdoitta, paitsi monikon ensimmäisen ja joissakin tapauksissa toisen persoonan genetiivimuodoissa. Eli käytännössä *minun äitini* mutta *meidän äiti* tai *meidän äitimme*. (Kankaanpää 2009.) Puhekielessä on yleistynyt sekä persoonapronomien lyhentäminen, että possessiivisuffiksin jättäminen pois pääsanasta, *mun äiti*. Seuraava esimerkki on ote Postin nettisivuilta (kts. liite 3: Postin nettisivut, kuva 3):

Esimerkki 1.

Onko paketti kadonnut, myöhässä tai vahingoittunut? **Meidän toimittamien** pakettien määrä hipoo viikoittain yli miljoonaa, joten niitä on koko ajan matkalla melkoinen määrä. Suurin osa löytää perille ongelmitta, mutta jos jotain menee pieleen - toimi näin. (Nettisivut 15.10.2020)

Ensimmäisessä virkkeessä on hieman tulkinnasta kiinni, tarvitseeko sanaan *paketti* liittää omistussuhteesta kertovaa liitettä, joka tässä tapauksessa olisi luontevimmin yksikön toisen persoonan possessiivisuffiksi *-si*. Kuitenkin, koska kyse saattaa olla myös yleisesti mistä tahansa paketista eikä välttämättä tarkoiteta omistussuhdetta, ei tätä voida osoittaa varsinaiseksi puhekielisyyden ilmentymäksi. Sen sijaan esimerkin toisen virkkeen päälauseessa on possessiivisuffiksiton muoto *meidän toimittamien*. Kuten yllä olen maininnut, voi monikon ensimmäisessä persoonassa joskus myös kirjakielessä käyttää tällaista rakennetta, mutta yleisesti asiatyylisessä kielessä, jollaista yritysviestinnän oletetaan olevan, suositellaan käytettävän omistusliitettä. Lisäksi lausekkeen *toimittamien pakettien* rakenne on sellaisenaan epäselvä, jolloin selvyuden ja erottamisen vuoksi olisi edeltävän sanan kohdalla myös suositeltavaa käyttää muotoa *toimittamiemme*.

Moni keskusteluun osallistunut kiinnitti huomiota possessiivisuffiksin puuttumiseen ja erityisesti esimerkissä 2 on käytetty verkkokielelle viime aikoina hyvin tyyppilliseksi nousutta tehokeinoa viestin painottamisessa. Jokaisen sanan jälkeen merkitty käsiä taputtava emoji on sosiaalisessa mediassa suosittu tehokeino, jolla omaa argumenttia pyritään painottamaan ja vahvistamaan, ikään kuin jokaisen sanan jälkeen puhuja todella löisi kätensä yhteen. Ironisen viestistä tekee se, että samalla kun kirjoittaja kritisoi surkeaa kieltä ja runsaita hymiöitä, on hänen tekstissään emojiita kaikkiaan yhdeksän.

Esimerkki 2

Possessiivisuffiksin puute on vaan **surkeaa kieltä**. Sitä  ei  voi  kiertää  sillä  että  lisää  riittävästi  hymiöitä  viestiinsä. 9.9.

Esimerkki 3.

Omistuspäätteet hukassa 9.9.

Esimerkissä 3 vastaavasti todetaan omistuspäätteiden puuttuvan, mutta mitään selkeää affektiivisuutta tähän havaintoon liittyen twiitissä ei ole havaittavissa. Toisaalta myös yksinkertainen toteamus voi sellaisenaan välittää affektiivista asennoitumista asiaan. Kirjoittaja on tehnyt havainnon ja esittää sen sellaisenaan, ehkä asia ei herätä hänessä sen enempää ajatuksia tai vaihtoehtoisesti ajatuksia on liikaa yhteen twiittiin kirjoitettavaksi.

Suomen kielessä verbin paradigmassa jokaisella persoonamuodolla on oma taivutusmuotonsa, joten jo yksin persoonamuodossa taipunut verbi eli predikaatti kertoo tekijän. Passiivilla tarkoitetaan sellaista verbimuotoa, josta ei käy ilmi kuka tekijä on, ja tätä muotoa käytetäänkin usein sellaisissa yleisluontoisissa virkerakenteissa, kuten *Kesäisin uidaan paljon* tai *Suomessa juodaan runsaasti kahvia*. Kuitenkin puhekielessä on yleistynyt passiivin käyttö myös silloin, kun tekijä on tiedossa. Erityisesti passiivia esiintyy tällaisissa tapauksissa me-subjektin kanssa. (VISK, määritelmät.) Esimerkissä 4 sanotaankin *me muututaan* kirjakielisen muodon ollessa *me muutamme*, samoin kuin *(me) laitetaan* vs. *me laitamme*.

Esimerkki 4.

Uudistuksen pihvi ei ole mä-sä, mie-sie tai sää-mää, vaan että **me muututaan** rohkeasti maailman mukana ja **laitetaan** kaikki paukut palveluiden parantamiseen – (Twitter 11.9.2020)

Kuten johdannossa mainitsin, on Postin käyttämä kieli murteellisesti tyypiteltävissä eteläsuomalaiseksi. Konkreettisimmin tämä on havaittavissa nimenomaan persoonapronominien *mä* ja *sä* käytöstä ja tätä on myös esimerkissä 4 on havainnollistettu. Tätä valintaa sanallistetaan useissa twiiteissä, ja tarkemmin käyn niitä tarkemmin läpi erityisesti luvussa 4.2.1. Kuitenkin yhteistä suurelle osalle kommentteja oli näkemys siitä, että valitsemalla viestintään tämän tietyn murrevariantin, on Posti tehnyt samalla myös tietoisena ja siten arvottavana valinnan. Esimerkissä 5 kirjoittaja luonnehtii Postin viestinnän olevan kuin ”helsingiläisen teinin”, millä hän samanaikaisesti viittaa sekä maantieteelliseen sijaintiin että puhujan ikäluokkaan, jotka molemmat ovat suuresti kielivalintoihimme vaikuttavia tekijöitä. Twiitin asettelu ja sävy antavat ymmärtää, ettei kirjoittaja itse identifioitu olevansa tällainen Helsingistä kotoisin oleva teini-ikäinen, ja tätä oletusta vahvistaa pronominin *joku* käyttäminen viitatessa

kyseiseen ihmisryhmään, jolloin lopputulos on sävyltään ylenkatsova, kielteinen tai muulla tavoin tulkittavissa negatiivisessa valossa.

Esimerkki 5

Aivan kuin **joku teini helsinkiläinen** olisi suunnitellut moisen **saatanan nolon** tokaisun.. ja ei...ei todellakaan koko maassa hoeta "mä" ja "sä". 11.9.

Kommentoimalla Postin viestiä sanoilla "saatanan nolo tokaisu" on kirjoittaja myös sanallistanut mielipiteensä käyttämällä vahvisteena kirosanaa. Erilaiset voimasanat osana kielenkäyttöä tuovat puheeseen affektiivisuutta eli ne ilmaisevat puhujan asennoitumista ja tuntemuksia (VISK §1725). Esimerkissä 5 voimasana *saatana* on lausekkeessa adjektiivin *nolo* genetiivimäärittäneenä, jolloin kyseessä on nimittely. Näin toimiessaan voimasana vahvistaa edussanansa ominaisuutta tai ominaisuuksia, eli esimerkin 5 tapauksessa pelkän nolon sijaan korostetaan noloutta *saatana*-sanan genetiivillä. (VISK §1726.)

4.1.2 Lainasanat ja intertekstuaalisuus

Sanojen lainautuminen kielestä toiseen on luonnollinen osa kielen muutosta ja kehitystä, etenkin sosiaalisen median ympäristöissä, joissa suuressa osassa maailmaa lingua francana toimii englanti. Suomen kieleen sanoja on historian saatossa lainautunut eri reittejä eri kielistä, kuten ruotsista ja venäjistä. Osaa sanoista ei enää tunnista lainautuneiksi, kun taas osa eroaa selvästi ulkonäöltään tai ääntämykseltään sanoista, jotka miellämme kotoperäisiksi. Nyrkkisääntönä on, että mitä vanhempi lainasana, sitä todennäköisemmin sitä ei tunnista lainasanaksi, sillä se on jo niin mukautunut suomen kieleen. Esimerkiksi sana *äiti* on aikanaan tullut uralilaisen vastineensa *emä* tilalle, mutta harva pitää *äitiä* lainasanana. (Häkkinen 1997: 167.)

Esimerkki 6.

--Iso kiitos palautteesta. Nyt **jatketaan** uudistumista yhtenä Merjana. **Ihquu wiikkistä!**
#jesuismerja (Twitter 11.9.2020)

Esimerkissä kuusi toistuu edelleen kohdassa 4.1.1 mainittu monikon kolmannen persoonan predikaattimuodon korvaaminen passiivilla. Lisäksi otteessa on myös muita yleiskielen vastaisia valintoja, kuten viimeinen lause kokonaisuudessaan. "Ihquu wiikkistä" ei sellaisenaan tarkoita suomeksi mitään, mutta perehtymällä hie-man sanojen taustoihin, merkityksesi paljastuu kutakuinkin *Hyvää viikonloppua. Ihku*

on puhekielinen nuorisoslangin ilmaus, joka kielitoimiston sanakirjan mukaan tarkoittaa ihanaa (KS s.v. *ihku*). Tässä kontekstissa siitä on muodostettu muoto *ihquu* joka on puhekielinen variantti partitiivimuodolle *ihqua* ja kotoperäinen *k* on korvattu *q*:lla. Suomen kielessä partitiivimuotoja on kaksi, päätevariantit *-A* ja *-tA*, jotka ovat lähes aina täydennusjakaumassa. Kun sanavartalo on vokaaliloppuinen, pääte on *-A*, kuten esimerkiksi sanoissa *poikaA* ja *ystäväÄ*. (VISK § 87.) Seuraava sana *wiikkistä* ei aukea lukijalle kovin helposti, ellei tunne englannin kielen viikkoa tarkoittavaa sanaa *week* ja viikonloppua tarkoittavaa sanaa *weekend*, josta tähän sanaan on lainattu nykyisessä suomen kielessä ainoastaan lainasanoissa esiintyvä *w*. *W* on toki ollut osa vanhan kirjasuomen ortografiaa, jolloin se on toiminut mm. äänteiden *u*, *y* ja *v* merkitsijänä (Forsman Svensson 2015). Ilman ajallista kontekstia ei voisi varmuudella sanoa, toivotaanko hyvää viikkoa vai viikonloppua, mutta huomioiden, että 11.9.2020 on ollut perjantai, kyseessä lienee viikonlopun toivotus. ”Hyvää viikonloppua” on lisäksi huomattavasti vakiintuneempi toivotus kuin ”Hyvää viikkoa”, vaikkakaan tällä ei voida yksin perustella edellisen vaihtoehdon oikeellisuutta.

Toinen tästä esimerkistä kyseenalaistusta herättänyt huomio on *#jesuismerja* -aihetunnisteen käyttö. Kyseinen *#jesuis* -aloitus viittaa suoraan vuonna 2015 tapahtuneeseen ranskalaisen satiirilehti Charlie Hebdon toimitukseen kohdistuneeseen hyökkäykseen, jossa sai surmansa 12 ihmistä. ”*Je suis Charlie*” on iskulause, jolla tapahtuman jälkeen puolustettiin sananvapautta, ja joka esiintyi Twitterissä muodossa *#JeSuisCharlie*, ja sitä käytettiin kolmen päivän aikana yli viisi miljoonaa kertaa (Wettersand 2015). *Je suis* tarkoittaa ranskaksi *minä olen*, joten tarkoituksena oli ilmaista yhteenkuuluvuutta ja solidaarisuutta. Aiheen vakavuuden ja merkityksen vuoksi sen käyttäminen osana kepeää verkkoviestintää ei ole kovin onnistunut valinta. Tällainen intertekstuaalinen viittaaminen on siis toimivaa ja onnistunutta silloin, kun alkuperäisen lähteen konteksti on ymmärretty ja sitä ei hyödynnetä väärin uudessa asiayhteydessä.

Esimerkki 7, kts. liite 2: Postin nettisivut, kuva 2.

Sä tilaat, mä tuon – automaattiin, postiin tai suoraan kotiovelle. Jopa yli miljoona paketissa saapunutta onnenhetkeä viikossa! Seuranta on helppoa OmaPostilla, oli kyseessä mikä paketti **vaan**. (Nettisivut, 15.10.2020)

Sanat *vain* ja *vaan* sekoitetaan puhutussa kielessä helposti keskenään, mutta niillä on kummallakin oma erillinen funktionsa. *Vaan* on rinnastuskonjunktio, eli se liittää kaksi lausetta yhteen. Sillä on korvaavuutta kantava merkitys, eli se myös tarvittaessa ilmaisee kahden ilmaisun välistä eroa, kuten esimerkiksi virkkeessä *Et ole yksin asian kanssa, vaan kaikki tukevat sinua*. *Vaan* toimii esimerkissä sanojen *yksin* ja *kaikki* välisen merkityseron esiintuojana, eikä samaa merkitystä saisi aikaan millään muulla konjunktioilla (Kotus 2020). *Vain* puolestaan on adverbi, eli täysin eri sanaluokan sana

kuin *vaan*. Merkitykseltään *vain* on monikäyttöinen: se voi muun muassa rajoittaa, vahvistaa tai lieventää viestiä riippuen siitä, missä yhteydessä sitä käytetään. Erityisesti kaksi jälkimmäistä merkitystä muodostetaan puhekielessä usein käyttämällä sen sijaan sanaa *vaan*, kuten esimerkissä 7 on tehty. (Eronen 1999.)

4.2 Twiittien diskurssit

Olen nimennyt diskurssit sen perusteella, mihin ilmiöön tai kielen ainekseen ne keskittyvät. Aineiston pohjalta esiin nousseet ja keskeisimmät diskurssit ovat *murrediskurssi*, *yrittäviestinnän diskurssi* ja *asiallisuuskurssi*.

4.2.1 Murrediskurssi

Suomen murrealueet eivät ole tarkkarajaisia, sillä ihmiset muuttavat paikasta toiseen ja omaksuvat toisten murteiden elementtejä omaan idiolektiinsä ilman maantieteellistä kontaktia tiettyihin alueisiin. Kuitenkin tietyt ominaispiirteet eri murteissa ovat sellaisia, jotka myös murretutkimusta tuntematon kielenpuhuja tunnistaa ja yhdistää mielessään tiettyyn maantieteelliseen alueeseen. Yksikön ensimmäinen persoona *minä* taipuu suomalaisen suussa ainakin muotoihin *mä*, *mää*, *mie* ja *mnää* ja yksikön toisella persoonalla on niin ikään vastaavat muodot *sä*, *sää*, *sie* ja *snää*. Posti on valinnut uudistukseensa muodot *mä* ja *sä*, jota Postin edustaja perustelee yleisenä kielimuotona tietoisesti murrevalinnan sijaan (ks. luku 4.1). Twitterissä tämä on kuitenkin kirvoittanut keskustelua siitä, onko asia todella näin.

Seuraavissa esimerkeissä sanallistetaan eri tavoin käyttäjien ajatuksia ja mielipiteitä siitä, millä tavoin murrevalinta heille näyttäytyy. Esimerkissä 8 kirjoittaja nostaa toisaalta yleiskielen suotuisammaksi vaihtoehdoksi organisaation viestinnässä (tätä näkökulmaa käsitellään syvemmin luvussa 4.2.2) ja toivoo toisaalta, että mikäli yleiskielestä poikkeavaa kielimuotoa on käytettävä, voisi variaatioita olla laajemmin eri murrealueilta. Vastaavanlainen toivomus siitä, että yhtä murrealuetta ei nostettaisi viestinnässä ylitse muiden esiintyy myös esimerkissä 9, jossa myös esitetään hieman toisenlainen näkökulma luottamuksesta. Kirjoittaja kertoo, että *mäsättely* eli persoonapronominien varianttien *mä* ja *sä* käyttäminen ei herätä luottamusta johtuen hänen pohjoissuomalaisesta murrekodistaan. Hän myös käyttää latautuneita ilmauksia *puliveivari* ja *hunsvotti* kuvaamaan tällaisten kielivalintojen tekijää. *Puliveivari* tarkoittaa Kielitoimiston sanakirjan mukaan *huiputtajaa*, *petkuttajaa* ja *keinottelijaa* (KS s.v. *puliveivari*). Sanan alkuosa *puli-* on tuttu esimerkiksi arkikielisestä ilmauksesta *puliukko*, jolla viitataan juopuneeseen henkilöön (KS s.v. *puliukko*). *Puli* itsessään on lyhenne

spriiliuos pulituurista, jota alkoholistit käyttävät varsinaisten alkoholijuomien korvikkeina (Aapala 2020). *Hunsvotti* on puolestaan saksalaisperäinen alatyylinen haukkumasana, jonka synonyymeja ovat muun muassa *heittiö* ja *lurjus* (KS s.v. *hunsvotti*).

Esimerkki 8.

En halua olla ilonpilaaja, mutta yleiskielen käyttäminen palvelee ehkä teidän kaltaisen organisaation toiminnassa parhaiten. Tai sit **ois kiva jos kaikkia murrealueita kohdeltas tasavertaisesti**

Mut mä nyt oonki tämmönen negaaja. 9.9.

Esimerkki 9.

Minun pohjoissuomalainen kielipääni **ei luota lainkaan palveluntuottajaan, joka "mästät-telee"**. Puliveivari tai hunsvotti on se, joka **suhtautuu tärkeään tehtäväänsä näin yliolkaisesti**. [#Posti](#) 11.9.

Murrevalintaa pidetään kommentoijien keskuudessa jopa epäluotettavana ja vaikeasti lähestyttävänä (kts. esimerkit 9 ja 10). Esimerkissä 10 kirjoittaja niin ikään vastaa Postin edustajan lausuntoon liittyen *mä-* ja *sä-*muotojen profiloitumiseen. Hän lisäksi sanoittaa vieraan puhutavan tuntuvan "ei niin lähestyttävältä". Murre, joka ei ole itselle se omin ja tutuin, saattaa tuntua etäiseltä ja oudolta. Myös oletus siitä, että yksi kielen muoto on jokaiselle kielenpuhujalle ominainen, herättää tunteita, etenkin jos tämä kielimuoto poikkeakin omasta. Syyt tähän piilevät pitkälti kielen henkilökohtaisessa merkityksessä puhujalle sekä siinä, millaisia käsityksiä meillä muista murteista on. Jonkinlaisena perusoletuksena voidaan pitää, että äidinkielisellä suomenpuhujalla on jonkinlainen käsitys eri murteista, niiden ominaispiirteistä ja myös niihin ja niiden puhujiin liitetyistä asenteista. Riippumatta siitä, mistä puhuja on kotoisin, hän voi siis valikoida eri murreaineiksia omaan idiolektiinsä. (Mantila 2004: 323.) Ihminen rakentaa itseään ja identiteettiään hyvin pitkälti diskurssien kautta ja myös liittyy itsensä osaksi jotakin ryhmää erilaisten diskurssien avulla. Yksilö poimii materiaalia niistä kielen aineksista, joita hän lukee ja joita yhteisössä esitetään. Näistä esimerkkinä Mantila mainitsee *Seitsemän veljestä*, joka on vaikuttanut siihen, millaisena miellämme suomalaisuuden ja Suomen. (Mantila 2004: 324.) Niinpä jos yhteiskunnassa esitetään laajasti tekstejä, jotka nostavat yhden murrevariantin hallitsevaksi, muiden murteiden puhujat voivat perustellusti kokea tämän välittävän heille vieraita diskursseja. Esimerkissä 11 kirjoittaja niin ikään korostaa omaa murrettaan tehden näin eroa Postin käyttämään kieleen. Esimerkissä tiivistyy verrattain hyvin se syy, miksi Postin kielivalinnat herättävät tunteita. Viimeinen virke, *son paha ku se harha iskee, että oma elinpiiri on se valtaosan elinpiiri* tiivistää myös hyvin murrediskurssin ydinajatuksen, eli kokemuksen Postin yhden kielimuodon yleistämisestä kaikkien suomalaisten käyttöön.

Esimerkki 10.

No ei meillä kyllä puhuta mä ja sä vaan viännetään ja kiännetään että sie ja mie ja hyö ja niin eelleen päin.. **Meijjän korviin tuo mä ja sä kuullostaa vähän semmoseltä ei niin lähestyttävältä..** Hieman etäiseltä.. Murteet on puhekielessä rikkaus ja niistä pidetään kiinni! 11.9.

Esimerkki 11.

Net pannee tuolla postin pääkonttorissa, että met puhuthan arkikielesä mä ja sä koko Suomessa. **Son paha ku se harha iskee, että oma elinpiiri on se valtaosan elinpiiri.** 10.9.

Myös esimerkissä 12 toivotaan, että Posti käyttäisi viestinnässään jotain muuta kuin *mikahäkkistä*. Tällä kirjoittaja viittaa niin kutsuttuun sinä-passiiviin, jossa passiivimuotoinen ilmaus rakennetaan yksikön toisen persoonan kautta. Tällainen yhdistetään helposti englanninkieliseen maailmaan ja erityisesti rallienglantiin, josta myös passiivimuodon suomalainen lempinimi Mika Häkkis -passiivi on peräisin. Nimi viittaa Häkkisen vuonna 1998 haastatteluissa antamiin lausuntoihin, kuten ”*Kun sä oot nopeempi kuin muut, sä voitat*”. Vaikka muotoa pidetään vierasperäisenä, on siitä löytynyt esimerkkejä jo 1800-luvun kaakkoismurteista. (Heikura & Cavén, 2014.) Näin ollen vaikka jotakin kielenainesta pitäisi yleiskieleen kuulumattomana ja vieraana, ei lopulta voida ilman etymologian tuntemusta olettaa mitään. Toisaalta esimerkistä ei myöskään suoraan näy, miten Posti kirjoittajan mukaan käyttää tätä niin kutsuttua Mika Häkkis -passiivia. Todennäköisesti ottaen huomioon lopun kehotuksen siirtyä Rauman murteeseen ja lyhyen näytteen alueen murteesta kirjoittaja viittaa *mikahäkkisen* puhumisella *sä*-muodon käyttöön yleensä, ei ainoastaan passiivimuodostuksen tapauksissa.

Esimerkki 12.

Joo elikkä [#posti](#), se kuulemma **puhuu nykyään jotain mikahäkkistä. Ei tule kauppoja.** Jos on pakko luopua kirja/yleiskielestä, niin puhukoon sitten Rauman murretta. ”San snää mnuu snuuks, snuuks mnääki snuu sano” 11.9.

Esimerkissä 13 kirjoittaja käyttää tekstin tehokeinona omaa murrettaan demonstroiden näin sitä, miltä murteella kirjoittaminen todellisuudessa näyttää, ja miten se näyttäytyy murrealueen ulkopuolisille kieliyhteisön jäsenille. Kirjoittajan mukaan murteella on toki oma lisäarvonsa tekstille, mutta kyseenalaistaa sen toimivuuden jatkuvana kirjoitusasuna Tällainen oman murteen käyttö tehokeinona on käytössä myös useissa muissa esimerkeissä, kuten esimerkeissä 11, 12 ja 14.

Esimerkki 13.

Kyl mää ny vaa sano et varmasti osa mu charmii o se mu murre tiäksää, **mut emmää ny tälläst tekstii halua silti kokoaja lukee!** O vähä eri asia puhuu jollai taval ku kirjottaa sil-lai samallai. Tehosteen tää voi toimii, mut älkää nyt koko aikaa. 10.9.

Kappaleessa 4.2.2 syvennyttään tarkemmin yritysviestinnän diskurssiin, joka joissakin viesteissä yhdistyi murrediskurssiin. Esimerkissä 14 niin ikään kirjoittaja pohtii uuden kieliasun ja ”valeviestien” eli Postin nimissä liikkuneiden huijausviestien yhtäläisyyksien aiheuttamia ongelmia. Lisäksi sekä esimerkissä 14 että esimerkissä 15 korostetaan, etteivät *mä* ja *sä* ole jokaiselle asiakkaalle tuttuja ja käytössä olevia variantteja.

Esimerkki 14.

Jos tää @Postigroup tapa puhua yleistyy, nii **mist miä ennää tiän valeviestit virallisist?**

Eikä miu savo ymmärrä tuota mä ja sä hommaa. Sainks palvelut miä ja siä ja myö ja työ versiolla? #posti 11.9.

Esimerkki 15.

Aivan kuin **joku teini helsinkiläinen** olisi suunnitellut moisen **saatanan nolon tokaisun..** ja ei...ei todellakaan koko maassa hoeta "mä" ja "sä". (11.9.)

Kuten yllä olevista esimerkeistä käy ilmi, kommentoijat liittävät murteisiin erilaisia ominaisuuksia ja piirteitä, ja näin ollen murrevalinnalla on heille merkitystä. Esimerkissä 15 kirjoittaja käyttää viestiänsä vahvistamaan kirosanua luonnehtien ”tokaisua *saatanan noloksi*. Viestistä ei käy sen tarkemmin ilmi, tekeekö kieliasu vai tarkemmin sen sisältö kyseisestä kohteesta nolon, mutta jo yksin tällainen voimakas tapa ilmaista oma kanta kertoo asiaan liittyvästä tunnelatauksesta.

Kieliyhteisön jäsenet siis muodostavat erilaisia näkemyksiä toisista kielenkäyttäjistä osin sen mukaan, millainen toisten idiolekti on. Murteelliset valinnat ovat toki vain osa idiolektia, mutta biologisestikin tarkasteluna on vain luontevaa, että ihminen tuntee suurinta yhteenkuuluvuutta niiden kanssa, jotka puhuvat ja kirjoittavat samoin kuin itse. Tämä selittää osaltaan myös sen, miksi eri murteisiin saatetaan suhtautua varauksella.

4.2.2 Yritysviestinnän diskurssi

Yksi keskeisistä twiiteistä esiin nousevista huomioista on se, voiko ja saako yritys käyttää viestinnässään yleiskielestä poikkeavia kielimuotoja. Mielenkiintoista on myös tarkastella esimerkiksi Verohallinnon viestinnän saamaa kiitosta verrattuna Postin kohtaamaan kritiikkiin. Verohallinnon viestintä sai vuonna 2020 Viestinnän ammattilaiset ry:n Vuoden viestintäteko -palkinnon ja esimerkiksi Instagramissa Verohallintoa seurasi helmikuussa 2021 lähes 37 tuhatta ihmistä, kun Postilla seuraajia oli 25.2.2021 4966 (Verohallinto, Instagram). Huomionarvoista onkin, että sekä Posti

että Verohallinto ovat molemmat valtakunnallisia, suuren profiilin toimijoita, joiden pääasiallisena tehtävänä tuskin kukaan näkisi viihteellisen sisällöntuotannon tai kiinnostavan sosiaalisen median viestinnän. Yhtenä hypotesina erilaiselle vastaanotolle voidaan pitää Postin yleistä mainetta päätehtävänsä huonosti tai huolimattomasti hoitavana tahona, ja tämä nyanssi myös twiiteissä nostetaan esiin, kuten esimerkissä 16.

Esimerkki 16.

Epäkohteliasta, lapsellista ja typerää. Jospa vaikka [@Postigroup](#) keskittyisi ydintehtävänsä ja käyttäisi **asiallista kieltä**? 9.9.

Toinen mahdollinen tulokulma on myös nykyään yleistyneet huijausviestit eri yritysten nimissä. Vuoden 2020 aikana Postin nimissä olevia huijausviestejä on uutisoitu olevan liikkeellä vähän väliä, ja asiasta ovat tiedottaneet niin uutistalot ja sanomalehdet (Itä-Savo: Honkonen, 25.3.2020), Kyberturvallisuuskeskus (28.5.2020) kuin itse Posti (12.9.2020, 8.10.2020). Kuten myös päivämääristä voi todeta, viesteistä raportoidaan tasaisesti pitkin vuotta, jolloin aihe pysyy pinnalla ja ihmisten tietoisuudessa. Kuitenkin ilmiö on osaltaan lisännyt ihmisten epäluottamusta ja varovaisuutta, ja viestien kieliasuun kiinnitetään tarkempaa huomiota huijausviestien tunnistamiseksi. Esimerkissä 17 kirjoittaja kertookin siirtävänsä *huonolla Suomella* kirjoitetut viestit suoraan roskakoriin. Twiitti on sinällään ironinen, sillä suomen kielessä kielten nimet kirjoitetaan pienellä, joten kyseinen twiitti edustaa myös itse tätä ”huonoa” suomen kieltä.

Esimerkki 17.

Valitettavasti **huonolla Suomella** kirjoitetut viestit haiskahtavat huijauksilta ja päätyvät roskakoriin. 9.9.

Esimerkki 18.

Kusti hei, voitasko ottaa takapakkia siihen vanhaan, asialliseen malliin? En halua tästä lähin pohtia jokasen Postin lippulappusen tai tekstarin kanssa, että onko tää huijaus. Eikä varmasti moni muukaan. **Asiallisuus ja kirjakieli luo luottamusta, olette virallinen taho.** 10.9.2020

Kaikesta ironiasta huolimatta yritysviestinnän oikeakielisuus ja luotettavuus liitetään olennaisesti yhteen. Myös esimerkissä 18 korostetaan, että *asiallisuus ja kirjakieli luo luottamusta* ja lisätään lopuksi *olette virallinen taho*. Yleiskielinen muoto siis yhdistetään osassa viesteissä hyvällä tavalla osaksi luotettavaa yrityksen viestintää. Toisissa kommentteissa tuttavallista viestintää pidetään ongelmallisena myös siksi, että yleiskielestä poikkeava kielivarianssi assosioituu läheisiin ihmissuhteisiin, eikä sitä siksi

pidetä soveliaana yritykselle (kts. esimerkki 19). Jo yllämainittujen seikkojen lisäksi yritysviestinnän ihanteeksi esitetään mm. *tylsää* ja *prosessimaista* (kts. esimerkki 20). Etenkin *tylsä* ja *näkymätön* eivät ole merkityksiltään tässä yhteydessä kovin positiivisia, mutta niitä käytetään kuvaamaan halutun funktion ominaisuuksia. Voisi myös tulkita, että virkakielen halutaan olevan mahdollisimman yleiskielistä ja siten alueellisesti ja sosio-ekonomisesti neutraalia, jotta yrityksen sanoma ja pääasiallinen toimiala eivät jäisi viestinnän jalkoihin.

Esimerkki 19.

Haluan, että käytetään asiallista kirjakieltä. Ei organisaatioiden kanssa olla kavereita. 9.9.

Esimerkki 20.

Postin uusi **tone of voice on teennäinen ja epäluottamusta herättävä**. Vaihtakaa takaisin virallisempaan ja asiallisempaan. Tästä voi nyt tulla existenciaalinen identiteettikriisi, mutta: **teidän tarkoitus on olla tylsiä**. Funktionaalinen, tarkka, prosessimainen, tylsä, näkymätön. 9.9.

Sanavalinnat ovat sikäli mielenkiintoisia, että myös Postin edustaja oli luonnehtinut aiempaa kieltä ”kapulakieleksi” (Kukkonen, 2020). Kun kapulakielen merkitysfunktio on vaikeaselkoinen ja hankalasti ymmärrettävä, ei se aivan käy yksi yhteen ”prosessimaisuuden” kanssa, joka puolestaan vahvasti indikoi tehokkuuden ja kaiken turhan aineksen karsimisen merkitystä. Voisi myös pohtia sitä, miksi yleiskieli saa tällaisessa virallisessa kontekstissa tällaisia negatiivissävytteisiä luonnehdintoja, kun taas esimerkiksi kaunokirjallisuudessa tai koulutuksessa yleiskieltä pidetään arvossa? Liittyykö tällainen prosessimaisuuden käsitys nimenomaan Postiin tai yritysmaailmaan, vai näyttäytyykö yleiskieli sellaisenaan ”tylsänä”.

Twiiteistä voidaan löytää myös toisenlaista perspektiiviä asiaan. Jotkut twiitit sisältävät positiivista palautetta ja kirjoittajat ilmaisevat olevansa muutoksesta mielisään. Esimerkissä 21 kirjoittaja luonnehtii uutta viestintää ”jutustelevaksi” ja kertoo tämän olevan itselleen mieluisaa. Uutta viestintätapaa kehuaan ja myös näissä vastauksissa indikoidaan yleiskielisen viestinnän olevan ”tylsää” (kts. esimerkki 22). Esimerkissä 22 myös viitataan *Verottajalla* Verotoimiston niin ikään uudistuneeseen viestintätyyliin, joka on toisin kuin Posti, saanut osakseen paljon positiivista huomiota (kts. luku 4.2.2).

Esimerkki 21.

En näe tässä asiassa kerrassaan mitään negatiivista. Enköhän saa silti jatkossakin olla rauhassa Postin lähentelyltä niin halutessani, vaikka monia asia tuntuukin pelottavan. **Jutus-televa asiakaspalvelu tehoaa minuun.** (11.9.)

Esimerkki 22.

Niin olisi voinut ajatella Verottajastakin. **Onneksi eivät ole tylsiä enää.** Josko nyt annettaisiin kuitenkin mahdollisuus Postille. :) 10.9.

Myös esimerkissä 23 rakennetaan kielellistä vastakkainasettelua yleiskielen ja siitä poikkeavan kielimuodon välille sanavalinnoilla, joista jälkimmäistä luonnehtivat *rennompi ote, virkistää ja edellistä asiallisia, vakavia, kivikasvoiset, tylsät sekä vetää herneen nenää*. Asiallisuuden ja vakavuuden assosioiminen tylsyyteen ja jopa vahvasti tunnelatautuneeseen adjektiivisiin *kivikasvoinen* kertoo edelleen siitä, että yleiskielen funktio ei ole kaikille yksiselitteinen.

Esimerkki 23.

Kuulosti hyvältä toho kaveripohjaan asti - syvempää rakkautta se olla pitää. **Rennompi ote virkistää.** Etenki ku suurin osa tuntuu nykysin olevan liia asiallisia / vakavia. Kivikasvoiset ja tylsät suomalaiset onnistu tästäki vetää herneen nenää, en yllättyne :D 11.9.

Erityisen kiinnostava on esimerkissä 24 käyty lyhyt dialogi kahden käyttäjän välillä. Ensimmäinen käyttäjä on sanavalintojensa (*me, meidän muutos*) perusteella myös itse Postilla töissä, ja viittaaakin Postin aiempaan viestintään sellaisilla affektiivisillä sanoilla kuten *"pönöttää"*. Maija Länsimäen alun perin Helsingin Sanomissa 26.7.2005 julkaistussa kirjoituksessa kuvataan sanan taustaa ja merkitystä käytännössä mm seuraavasti: *"Pönötyksen keskeinen piirre on liikkumattomuus, jähmeä pönäkkyyys. – Suomalainen suhtautuu pönöttäjään – pilkallisesti tai vähintään huvittuneesti"*. Kun pönötyksen tekijänä on instituutio, voidaan siis tulkita tämän toiminnan olleen jähmeää ja joustamatonta, jollain tavalla liioitellun virallista ja siten myöskin huvittavaa. Näin ollen viestinnän muutosta pidetään mahdollisesti askeleena kohti rennompaa imagoa, sillä pönötyksen konnotaatio on yritykselle epäedullinen. Se, mitä kirjoittajan viimeisessä viestissään käyttämä käsite *verbaalinen tonaliteetti* tarkoittaa, on epäselvää, sillä tonaalisuuden käsitteellä kuvataan duuri-molliasteikkoihin nojautuvaa säveljärjestelmää ja verbaalisuus puolestaan viittaa sanastotasolliseen toimintaan (Pohjannoro 2008). Näin ollen yhdistetyt käsitteet eivät yhdessä varsinaisesti merkitse mitään. Mahdollista onkin, että tarkoituksena on ollut yhdistää kaksi teoreettiselta kuulostavaa käsitettä argumentaation tehostamiseksi, eli ns. kuulostaa fiksummalta.

Esimerkki 24

Henkkoht mä olen kyllä ihan messissä: **me saatiin pönöttää jo liki 400 vuotta.**

muu vastaaja: pönötys ei ole yhtä kuin yleiskieli.

Ei toki, mutta myöskään meidän muutos ei ole yhtä kuin puhekieli. :)

vastaus kysymykseen miten määrittelee puhekielen: Viestinnän **verbaalinen tonaliteetti** on siinä kokonaisuudessa vain yksi palikka, vaikka ihan yhtä tärkeä kuin muutkin. Mä toivoisin kuitenkin, että **keskustelun pääfokus olisi siinä, että miten me yhdessä kehitetään itse palveluita jatkossa - ei somen kielenhuollossa.** :) 9.9.

Monissa twiiteissä esiin nousee myös kehuja sen suhteen, että Posti on ottanut käyttöön kuluttajien oman kielen. Esimerkissä 25 kirjoittaja perustelee tätä sillä, että *"niin kuin me kaikki puhutaan"*, mikä on räikeässä ristiriidassa murteellisuuden esiin nostaneiden twiittien kanssa. Lisäksi kirjoittaja korostaa Postin aiemman viestinnän istumattomuutta nykyaikaan luonnehtimalla sitä *"wanhaksi"*, w:n ollessa nykyisessä suomessa käytössä vain vierassanoissa. Kuitenkin sitä käytetään toisinaan imitoidessa vanhahtavaa kieltä tai kun halutaan tekstiin tiettyä ylätyylisyyttä (Räsänen 2002). Erityisesti sana *wanha* on yleinen esimerkiksi sellaisten tuotteiden, yritysten ja tapahtumien nimissä, joiden brändiin tuo yläluokkaisuus tai korostettu aikaleima liittyy. Esimerkkejä tällaisista ovat mm. Halvan Wanhan ajan laku, Pingviinin Wanhan ajan Vanilja-jäätelö ja Porvoon Wanhan ajan Joulumarkkinat. Näin ollen kuvatessaan Postin aiempaa kieltä sanan *wanha* sijaan kirjoitusmuodolla *wanha*, korostaa twiitin kirjoittaja entisestään sitä, miten nykyaikaan sopimattomana hän aiempaa kieltä pitää.

Samoin esimerkissä 26 kirjoittaja toteaa meidän kaikkien puhuvan puhekieltä *"joka päivää"*, mutta ei sen tarkemmin erittele, mitä puhekielisyyden varianttia hän tarkoittaa. Väitteen todenperäisyydestä voisi keskustella myös siksi, ettei ole lainkaan määritelty joukkoa *"me kaikki"*. Kyseinen twiitti kuvaakin osuvasti sitä todellisuutta, jossa kielenkäyttäjät ei ole tietoinen kaikista kielensä nykytilassa olemassaolevista variaatioista sekä niistä muutoksista, jotka eri ikäisten kieltenpuhujien keskuudessa ovat jatkuvasti käynnissä. Kielen elinvoiman vaatimuksena on muutos, ja tämä muutos ei tapahdu yhdessä yössä, vaan se on käynnissä tälläkin hetkellä. Suomi, jota me nykyään ymmärrämme on monelta osin sellainen, joka eroaa omien isovanhempiemme lapsuuden suomesta ja samoin uudet sukupolvet vievät kielen muutosta eteenpäin. Kielellisen muodon abstraktio nimeltä suomi tai sen yksi variantti, jota kutsumme nyt puhekieleksi, ei siis ole olemassa sellaisenaan tyhjiössä, ja voisi myös filosofisesti argumentoida, onko mitään puhekieltä edes olemassa. Kukin puhuja luo omaa idiolektiaan halki elämän, eivätkä nuo syntyneet idiolektit ole välttämättä missään linjassa kielen yleisten sääntöjen kanssa tai muiden kielenpuhujien idiolektien kanssa. Kuitenkin kielen funktion, keskinäisen ymmärryksen, saavuttamiseksi meidän on pidettävä omat idiolektimme sellaisina, että saman kieliyhteisön jäsenet meitä ymmärtävät ja itse ymmärrämme heitä. Ei siis ole tarkoituksenmukaista alkaa viemään kieltä täysin eri suuntaan kuin ns. valtavirta, koska silloin päätyy itse tilanteeseen, jossa ei enää saavuta ymmärrettävyyttä.

Ajatus siitä, että yrityksen kielenkäyttö olisi jollain tapaa byrokraattista ja irrallaan sen asiakkaiden kielestä, ei ole mitenkään uusi tai poikkeuksellinen ja siinä missä kielen tulevaisuudesta keskusteltaessa huoleksi nousee kielen käyttöalojen muutos, on huolen kohteena myös ns. kielen byrokratisoituminen. Virkakieltä kuvataan usein esimerkiksi kapulakieleksi, jolla viitataan sen hankaluuteen ja vaikeaselkoisuuteen. Nämä eivät kuitenkaan vastaa niitä tavoitteita ja vaatimuksia, joita esimerkiksi julkishallinnollisessa viestinnässä edellytetään, eli asiallisuutta, selkeyttä ja ymmärrettävyyttä. Kielikello. Kotuksen virkakielityö huomioi kuitenkin myös kielen moniulotteisuuden eli sen, että kielellä on muitakin tehtäviä kuin välittää tietoa ja kielenkäytössä vaikuttavia seikkoja ovat myös muut kuin sanastotason valinnat, kuten esimerkiksi visuaaliset keinot. (Tiililä 2018.) Tässä valossa voisi siis pohtia, onko yleiskielestä poikkeava ja suomen kielen oikeinkirjoitussääntöjä monelta osin rikkova viestintä paitsi onnistunutta yrityksen strategian myös virkakielen tavoitteiden näkökulmasta.

Esimerkki 25.

Musta on hienoa että vanha ja perinteinen, aina byrokraattiseksi parjattu firma uskaltaa lähteä uudistamaan itseään, ja **puhumaan rohkeesti kuluttajien omalla kielellä. Niin kuin me kaikki puhutaan.** Tässä väkisinkin sellanen "you're damned if you do and damned if you don't"-fiilis 9.9.

Esimerkki 26.

Mä ihmettelen miten me kaikki ollaan täällä niin kauhean paheksuvia puhekielisyyttä kohtaan - **me kaikki puhutaan sitä joka päivä!!**

Esimerkki 27.

kysyy keneltä tahansa ulkomaalaiselta, he sanovat **ettei Suomessa kukaan puhu "Suomea"**. Paitsi toki [#posti](#) n pitäis.. 9.9.

Esimerkissä 27 kirjoittaja argumentoi, ettei Suomessa ulkomaalaisten mukaan puhu "Suomea". Samoin kuin esimerkeissä 25 ja 26, tässäkään kirjoittaja ei tee eroa puhekielen, verkkokielen ja yleiskielen eri varianttien välillä tai ota lukuun sitä, millaisissa asiayhteyksissä kutakin näistä perinteisesti suositellaan käytettävän. Oletettavasti kirjoittaja tarkoittaa, ettei kukaan suomalainen puhu yleiskieltä, eli ns. oikeaa suomea. Koivusalon Kielikellossa julkaistussa artikkelissa kuitenkin nimetään useita ammattiryhmiä, joissa kirjakielinen puhuminen on ominaista ja jopa edellytettyä. Näitä ovat muun muassa Puolustusvoimat ja oikeuslaitos. (Koivusalo 1986.) Toki on olennaista huomioida, että Koivusalon artikkeli perustuu hänen omiin näkemyksiinsä ja on lisäksi julkaistu vuonna 1986, jolloin havaintojen soveltaminen nykypäivään ei käy täysin suoraviivaisesti. Kuitenkin sen nojalla voidaan ainakin herättää keskustelua siitä, onko kirjakielen mukaista puhevarianttia edelleen käytössä joillakin aloilla

ja alueilla Suomessa. suomen kielen kirjoittaminen isolla on suomen oikeinkirjoitus-sääntöjen vastainen, ja tällainen kielivirhe myös omalta osaltaan syö uskottavuutta perustelulta. Myöskään twiitissä ei esitetä perusteluja väitteelle, ja ulkomaalaisten nostaminen mukaan keskusteluun on myös irtonainen muista aineistoni esimerkeistä.

Seuraavissa esimerkeissä painotus on päinvastainen kuin aiemmissa. Kirjoittajat korostavat eri kielen varianssien soveltuvan eri tilanteisiin, mutta eivät kuitenkaan ilmaise varsinaista paremmuusjärjestystä tai näiden eri varianssien arvoista. Mieli-pide siis ilmaistaan vedoten eri viestintätilanteiden erilaisiin vaatimuksiin, mutta kuitenkin melko neutraalein sanavalinnoin. Esimerkissä 28 kirjoittaja osoittaa eron yksityishenkilön ja *"virallisen viestintäkanavan"* eroissa, sekä nostaa esimerkin toisesta, mielestään epäonnistuneesta yritysviestinnän yleiskielestä poikkeavasta tyylistä. Samoin esimerkeissä 29 ja 30 kirjoittajat sanallistavat *"eri kielimuodoille on omat tilanteensa"* ja nimittävät Postin käyttämää viestintää *"Snapchat & Whatsapp"* -viestinnäksi. Molemmat ovat suosittuja sosiaalisen median viestimispalveluja, joista ensimmäinen perustuu audiovisuaaliselle viestinnälle, jälkimmäinen pääasiassa tekstimuotoiseen keskusteluun. Niille on tyypillistä tietty epävirallisuus, sillä esimerkiksi WhatsAppissa kontakteihin lisääminen tapahtuu puhelinnumeron kautta, jolloin viestejä ei voi lähetellä kelle tahansa sovelluksen käyttäjälle.

Esimerkissä 30 on myös toisenlaista viestinnän kuvaamista, jossa päinvastoin kuin edellisissä kuvauksissa, on havaittavissa eri kielimuotojen arvoista. Kirjoittajan sanavalinnat viestin toisessa virkkeessä kielivät siitä, että jonkinlainen asiallisuus ja ammattimaisuus yhdistetään virallisempiin kielimuotoihin. Kertomalla, miten on *"toimittajia, poliitikoita ja muita asioihin vakavasti suhtautuvia"* hän ei suoraan indikoi, että tämä olisi oikein tai väärin, eikä myöskään ilmaise selkeästi omaa kantaansa, vaan yksinkertaisesti toteaa tilanteen. Koko twiitistä niin ikään ei voi tyhjentävästi osoittaa, että kirjoittaja sanallisesti tuomitsee tai hyväksyy Postin toiminnan, sillä on epäselvää, mihin viimeinen lause *"läpän pitää olla erilaista"* viittaa. Kuitenkin kahden ensimmäisen virkkeen suhde on selkeä, ja merkitys säilyisikin samana, jos ne yhdistäisi pää- ja sivulauseeksi mutta-konjuktiolla. *"Tuo kirjoitusasu on vain-"* aloitus on vain-konjunktion vuoksi mitätöivä, samoin kuin olisi myös mutta-alkuinen sivulause. Toisin sanoen, kirjoittaja ei halua suoraan ilmaista vapaamman viestimisen olevan huonoa, mutta ei kuitenkaan pidä sitä kyllin vakavasti otettavana kontekstin huomioon ottaen.

Esimerkki 28.

vastaukset: **On eri asia käyttää puhekieltä yksityishenkilönä twiittaillessa kuin [@Pos-tigroup](#)in virallisessa viestintäkanavassa.** Etenkin jos se sisältää isoja kielivirheitä. Sone-ralla taisi olla vuosia sitten "sinun Sonera" -kampanja, joka oli yhtä karmeaa. 10.9.

Esimerkki 29.

Eri kielimuodoille on omat tilanteensa, ja pitäisi olla sen verran pelisilmää, että ymmärtää milloin voi kommunikoida puhekielisesti ja milloin kirjakielisyyks on parempi vaihtoehto. 10.9.

Esimerkki 30.

Vapaammassa viestimisessä ei ole mitään pahaa. Tuo kirjoitusasu on vain enemmän Snapchat & Whatsapp viestintää. #SuomiTwitter on täynnä toimittajia, poliitikoita ja muita asioihin vakavasti suhtautuvia. Lähän pitää olla erilaista #Posti 10.9.

Tarkastelemassani twiittiketjussa esiintyi myös joitakin toisten yritysten, instituutioiden tai kaupallisten toimijoiden vastineita, parodioita, Postin viestintään. Se, mikä parodian tavoite on kunkin tekijän kohdalla, on tulkinnanvaraista, mutta viestien sisällöstä sekä Twitterin luonteesta voisi yksinkertaisesti ajan hermolla pysymisen toimia yhtenä motivaattorina. Toisaalta myös käyttämällä aiheuttunutta #posti pystyvät nämä toimijat hyödyntämään Postin ympärillä vellovaa keskustelua eli toisin sanoen saamaan ilmaista mainosta.

Esimerkki 31.

Moiccumoi!

Sä mietit, mikä homma tää kaikki **niinq** on – **me jeesataan**.

Sullon kaikki päin helvettiä – me jeesataan.

Sä tarviit Jessee – me jeesataan. (11.9. Haagan seurakunta)

Esimerkissä 31 Haagan seurakunta parodioi Postin viestintätavan epävirallisuutta. Viesti on selkeän yliampuva, ja kontrastia lisää se, että kirkkoa ja seurakuntaa pidetään perinteisenä instituutiona, jolloin myös kielelliseltä ilmaisulta odotetaan tyyppillisesti tiettyä konservatiivisuutta. Osin myös tästä syystä esimerkiksi tervehdyksen kaksoisgeminaatta cc ja sanaliiton *“niin kuin”* korvaaminen kirjoittamalla sanan *“niin”* jälkeen *q*, joka puheessa äänny useim *ku* herättää huomiota. Huomionarvoista on myös sanojen *“sulla”* ja *“on”* sulautuminen yhteen muotoon *“sullon”*. Tässä on kyse sulautuman lisäksi niin kutsutusta elisiosta, jossa sananloppuinen vokaali katoaa sananalkuisen vokaalin edeltä, eli toisin sanoen *a* katoaa (VISK § 140).

Viestiä voisi analysoida myös sen kannalta, miten paljon erilaisia viittaussuhteita siinä on. *“Kaikki päin helvettiä”* voidaan tulkita vertauskuvallisena tai kirjaimellisena, onhan yksi kristinuskon pääteeseistä ajatus jaosta taivaaseen ja helvettiin. *Jeesaaminen* ja verbi *jeesata* tarkoittavat slangissa auttamista, mutta sanan etymologia on epäselvä. Se, miksi sana on valittu twiittiin voi olla sattumaa, mutta kyseessä voi olla

myös viittaus Postin ”Lähetä tai palauta – jeesaaan kyllä” muotoiseen nettisivuilla julkaistuun tekstiin (kts. liite *Postin nettisivout, kuva 1*). Mikkosen (2014: 56) mukaan sanan *jeesata* voidaan suurella varmuudella päätellä olevan ruotsalaisperäinen, mutta se on liian kaukana ruotsin verbistä auttaa, ”*hjälpa*”, jotta tulkinta olisi kyllin tarkka. Jessellä viitataan pääasiassa puhekielessä Jeesukseen, vaikka alkuperältään Jesse on yksi tapa suomentaa Iisai, joka on Raamatun mukaan kuningas Daavidin isä ja siten Jeesuksen esi-isä (Kirkko & Kaupunki). Lisäksi sanoilla Jesse ja jeesata on myös alkusointu, mikä voi olla puhdasta sattumaa tai kertoa sanojen jonkinasteisesta yhteisestä historiasta.

Esimerkki 32.

Me kans uudistetaan **viestintä strategy** tehdään suoraviivaisesti **modernisti efficiency** ilman turhia merkkejä **lol** tervetuloa meidän **grocery storeen** rediin löytyy myös #posti **piis out/Bossman** 10.9.2020 (Redin K-kauppiaat)

Esimerkissä 32 on edellistä selkeämmin vierasperäistä ja kirjakielestä hyvin kaukaista kieliaineista. Lisäksi kun otetaan huomioon, että kyseessä on kaupan mainos, on hauskin sattuma mainita, että kyseisen kaupan kanssa samassa kauppakeskuksessa sattuu sijaitsemaan myös Postin toimipiste. Twiitissä on korostetusti vieraskielistä sanastoa joko suoraan englannin kielen sanoja tai niiden suomalaisittain litteroituja versioita (vrt. *piis out – peace out*).

4.2.3 Asiallisuusdiskurssi

Kolmatta diskurssia on sinällään jo sivuttu kahdessa edellisessä, mutta sillä on nähdäkseni myös sellaisenaan oma merkityksensä, joten pidän tarkoituksenmukaisena nostamista omaksi kokonaisuudekseen. Asiallisuuteen viitataan twiiteissä suoraan tai epäsuorasti niin murteellisuuden kuin yrityksen viestinnänkin näkökulmasta, ja koko asiallisuuden määritelmä liikkuu aineistossa näiden kahden välimaastossa. Diskurssi on paitsi mielenkiintoinen, myös olennainen, sillä se toimii eräänlaisena yhdistävänä tekijänä läpi koko aineiston. Kaikissa esittelemissäni esimerkeissä sekä myös suurimmassa osassa niistä, jotka jäivät aineistoni ulkopuolelle, mainitaan joko suoraan tai rivien välissä kirjoittajan kanta kieleen nimenomaan asiallisuuden kautta, eli onko kieli tämän sosiaalisen kriteerin mukaista vai ei ja mikä on kirjoittajan mielihyvä siihen, onko tämä hyvä vai huono asia. Käytännössä siis kaikki aiemmin esittelemäni esimerkit ja tulkinnat voisi myös liittää osaksi asiallisuusdiskurssia.

Asiallisuuden sijaan voisi puhua myös laajemmin viestinnän tarkoituksenmukaisuudesta, onnistuneisuudesta tai siitä, millaisia tunteita se herättää Twitterin käyttäjissä. Laajemmassa kontekstissa aihetta voisi laajentaa koskemaan kuluttajien asenteita kielen eri rekistereitä kohtaan sekä tutkia esimerkiksi sitä, miten ja milloin kielen sävyerot ja tilanteiset vaihtelut ovat kieliyhteisön jäsenille merkityksellisiä. Jemina Tukiainen on gradussaan (2019) tutkinut eri kielenkäyttäjryhmiä koskevia käsityksiä, asenteita ja rajoituksia ja tarkemmin sitä, millaista kieltä odotetaan kultakin ryhmältä. Tutkimuksen mukaan selkeä enemmistö pyrkii jotenkin rajaamaan ja luokittelemaan kielenkäyttäjryhmiä ja eri ryhmiä koskevat erilaiset asenteet. Tukiaisen analyysissä eniten negatiivisia huomioita tehtiin koskien ammattia ja yhteiskunnallista asemaa, mikä puoltaa myös omassa tutkimuksessani esiin nousevia diskursseja. (Tukiainen 2019: 49, 51-52.) Kieliyhteisön jäsenet siis kiinnittävät huomiota kielenkäyttöön ja kielen oikeellisuuteen erityisesti silloin, kun tarkastelun kohteen muuttujana on yhteiskunnallinen status.

Tukiaisen tutkimuksen aineistona toimi Kotimaisten kielten keskuksen Kielitoimiston maaliskuussa 2016 käynnistämät yleiskielen seurantatalkoot, joihin kuka vain saattoi osallistua. Tarkoituksena oli havainnoida ympäristöä ja kirjata huomioitaan ja havaintojaan sellaisista kielenpiirteistä, joita ei itse pitänyt yleiskielisenä. (Korhonen 2016.) Jo yksin tällaisten talkoiden olemassaolo kertoo yleisestä kiinnostuksesta kieleen ja tarpeesta tarkastella kieltä ja sen normeja. Kielenkäyttäjien tekemät havainnot ja asenteet koskien erilaisia variaatioita, rikottuja normeja tai totuttujen muotojen uudistamista tarjoavat arvokasta tietoa siitä, millainen kieliyhteisössä vallitseva käsitys kielestä lopulta on.

Esimerkissä 33 kirjoittaja on rakentanut vastauksensa sille ajatukselle, että Postin viestintätyyliä on vaikea ottaa tosissaan tai uskoa todeksi. Aprillipäivänä, 1.4. on perinteisesti myös eri medioissa julkaistu erilaisia piloja ja myöhemmin valheiksi paljastuneita uutisia (Virkkunen, 1.4.2017). Kirjoittaja mitä todennäköisimmin on tietoinen siitä, ettei kommenttia kirjoittaessaan ollut huhtikuun ensimmäinen, joten viesti ei ole tosissaan kirjoitettu, vaan tarkoitettu alleviivaamaan epäuskoa.

Esimerkki 33.

1-Tarkistan posti.fi-nettisivusta **onko tämä totta**.

2-Tarkistan kalenterista **onko tänään aprillipäivä**. 9.9.2020

Esimerkeissä 34 ja 35 niin ikään kirjoittajat ilmaisevat epäsuorin ja suorin verbaalisin keinoin oman mielipiteensä viestintätyylistä. Esimerkissä 35 kirjoittaja vihjaa, että Postin viestintätyyli on jo niin epäselvää, sekavaa tai outoa, että se vaikuttaa

päihtyneen henkilön kirjoittamalta. Viestiä on lievennetty konditionaalilla ja sävyllään kohteliaalla adjektiivilla, ”*olisi suotavaa*”. Käyttämällä esimerkiksi imperatiivia tai sellaisia adjektiiveja, jotka ovat merkitykseltään ehdottomampia, kuten *pakollista*, viestin sävy muuttuisi näennäisen miedosta huomattavasti suuremmaksi. Vastaavasti esimerkissä 36 mielipide on ilmaistu mahdollisimman tiiviisti ja ilman lievennyksiä. Kirjoittaja kuvaa koko viestintää sanalla ”*typeryys*”, joka ei jätä tulkinnanvaraa.

Esimerkki 34.

Mielestäni tiedotuksessa olisi suotavaa olla selvinpään työaikana. 9.9.2020

Esimerkki 35.

Lopettakaa tämä typeryys heti alkuunsa. 9.9.2020

Esimerkki 36.

Onko **tämä joku Antti Holman uusi performanssi**? Postin perimmäinen tarkoitus on olla luotettava, ei lähellä meitä. 9.9.2020

Esimerkissä 36 kirjoittaja rinnastaa Postin käyttämän viestintätyylin näyttelijä ja kirjailija Antti Holman tyyliä muistuttavaksi. Holma on tullut tunnetuksi muun muassa podcasteistaan *Radio Sodoma* ja *Auta Antti*, sekä roolistaan rap-artisti Cheekina elokuvassa *Veljeni vartija* (2018). Erityisesti *Radio Sodoma*, helvetin oma radiokanava, on hyvin konkreettinen esimerkki Holman tyylistä ja huumorista. Podcastissa Holma tekee sanojensa mukaan ”*synkkää pieruhuumoria*” ja esittää useita erilaisia henkilöhahmoja, joille on tyypillistä liioittelu ja karrikointi. (Kangasniemi 2019.) Oletettavasti twiitin kirjoittaja viittasi juurikin näihin hahmoihin ja vertasi Postin Merjaa niihin, mikä implikoi käsitystä Merjasta epätodellisena, tai ainakin epätodelliselta vaikuttavana hahmona. Kuitenkin ymmärtääkseen twiitin täydellisesti, on siis hyötyä siitä, mikäli tunnistaa tämän intertekstuaalisen viittaukseen ja tuntee Antti Holman sekä hänen tuotantonsa. Ilman tätä ymmärrystä twiitin merkitys ja sanoma eivät aukea samalla tavalla, mikä puolestaan on havainnollistava esimerkki erilaisista kielen ja kontekstin välisen suhteen toiminnoista.

5 POHDINTA

Olen tässä tutkimuksessa pyrkinyt mahdollisimman kattavasti tutkimaan ja tarkastelemaan Postin viestintä uudistusta käsittelevää Twitter-keskustelua ja siitä havaitsemiani diskursseja sekä kyseisen uudistuksen kielellisiä piirteitä. Tutkijana on aina haastavaa lähestyä tutkimuskysymyksiä objektiivisesti ja jättää omat arvotukset huomiotta, etenkin kun tutkijana kykenee perustelemaan usein oman näkökantansa oikeellisuuden jos ei kaikille, niin ainakin itselleen. Sosiaalisen median keskustelujen tutkimus on monelta osin haastavaa useista eri syistä, joihin myös tutkimusta tehdessäni törmäsin. Yksityisyydensuoja, tekijänoikeudet, neutraalin asiatyylin säilyttäminen ja tutkimuksen moniulotteinen viitekehys tuottivat kaikki omia pohtimisen arvoisia tilanteita, joista kuitenkin sai myös samalla arvokasta ymmärrystä tieteellisen tutkimuksen sudenkuopista. Myös diskurssitutkimus on suuntauksena kaikessa vapaudessaan haastava, sillä se mahdollistaa tutkijalle lähes rajattomasti mahdollisuuksia eritellä aineistoaan pakottaen tekemään ajoittain tiukkojakin rajoituksia.

Tutkimukseni perusteella on ainakin selvää, että erilaiset kielimuodot ja yritysten käyttämät variantit herättävät kieliyhteisön jäsenissä tunteita ja mielipiteitä. Selkeä enemmistö kokoamastani aineistosta esitti ainakin jonkintasoista kritiikkiä tai kummeksuntaa jotakin Postin kielivalintaa kohtaan, mutta joukossa oli myös valintoja puoltavaa kommentointia. Maija Saviniemi tarkastelee väitöskirjassaan *On noloa, jos ammattilaiset tekevät tökeröitä kielioppivirheitä : toimitushenkilökunnan kielenhuoltotiedot, -käytännöt ja -diskurssit* (2015) muun muassa sitä, millaisia kieliasepteja ja kielenhuoltoon liittyviä näkemyksiä nousee esiin. ”Median kielellä on jopa esikuvallinen vaikutus suomalaisten kielenkäyttöön” (Saviniemi 2015: 277). Oman tutkimukseni kannalta kiinnostava ja olennainen Saviniemen tutkimuksen havainto on se, mitä mieltä lehden lukijat ovat kielivirheistä. Hänen mukaansa huono kieli voi aiheuttaa lukijoissa ärtymistä ja johtaa kielteiseen palautteeseen ja tilaus- ja kulutusvalintojen muutokseen. Toisaalta kuitenkin tutkimuksen informantit eivät olleet erityisen tietoisia näistä

seurauksista, minkä vuoksi kieliongelmistä ei myöskään välttämättä tiedetä. (Saviniemi 2015: 285.)

Väitöskirjan keskeisenä antina kieliyhteisölle on havainnollistaa ja todentaa sitä, miten suhtautumista kieleen ja kielenhuoltoon tulisi muuttaa ankarasta ja virheisiin painottuvasta kohti myönteisempää diskurssia (Saviniemi 2015: 291-292.) Oma tutkimukseni painottuu juurikin hyvän ja huonon kielen ominaisuuksien havainnointiin ja siihen, millaisiin kielen ominaisuuksiin kieliyhteisön jäsenet kiinnittävät huomiota. Saviniemen tutkimus antaa myös arvokasta viitekehystä omalle tutkimukselleni ja vahvistaa sitä hypoteesia, että ammatillisessa kontekstissa asiakkaat, kuluttajat, lukijat ja muut palvelun käyttäjät muodostavat käsityksiä toimijasta myös sen perusteella, millaista kieltä yritys tai instituutio käyttää.

Tästä näkökulmasta on myös olennaista tiedostaa, että tutkimukseni sisältöön, analyysihin ja päätelmiin vaikutti suuresti myös se tosiasia, että Posti on kaikkien tuntema ja valtaosan käyttämä instituutio, josta suurella osalla suomalaisia on kokemuksia ja mielipiteitä. Yle uutisoi syksyllä 2019, että suomalaisten luottamus Postin palveluihin on romahtanut ja jutussa puhutaan jopa ”luottamuksen menettämisestä”. Uutisessa listattiin kymmenen syytä tähän tulokseen, ja näitä olivat muun muassa jakeluongelmat, vahingoittuneet lähetykset ja tilausten myöhästymisen. (Seppänen 2019.) Vaikka nämä eivät liitykään suoraan viestinnällisiin teemoihin, on kuitenkin mahdotonta jättää tätä Postin mainetta huomioimatta. Tutkimusta tehdessä olikin haastavaa erottaa täysin sellaiset aineiston osat, joissa kommentointia värittivät kirjoittajan muut käsitykset Postista, eivät niinkään viestintään liittyvät teemat. Mikäli tarkastelun kohteena olisi ollut vaihtoehtoisesti vaikkapa jokin pienemmän profiilin yritys tai instituutio, tuloksissa olisi voinut olla eroa myös sen vuoksi. Toisaalta kuten myös tuon tutkimuksessani ilmi, on esimerkiksi Verohallinto saanut kiitosta viestinnästään, vaikka Postin tavoin myös Verohallinto on lähes kaikille suomalaisille tuttu oman kokemuspohjan kautta. Pohdinkin tutkimusta tehdessäni paljon sitä, mitkä tekijät lopulta vaikuttavat yksilön käsityksiin, koska yksittäistä selkeää kaavaa ei nousut esille. Jatkotutkimuksena voisikin olla mielekäästä tarkastella erilaisten valtakunnallisten toimijoiden viestinnän herättämiä ajatuksia ja tarkemmin ottaen sitä, mistä mahdolliset erot johtuvat. Postin ja Verohallinnon lisäksi esimerkiksi pankit, VR ja S-Ryhmä, Kesko ja Lidl voisivat toimia potentiaalisina tutkimuskohteina.

Aineistoa analysoidessani kiinnostuin entistä enemmän yritysviestinnän merkityksistä ja kuluttajalähtöisten viestintämuotojen kehittämisestä. Aiheesta on tehty tutkimusta ennenkin, mutta toisaalta jokainen yritys laatii itse omat strategiansa ja tavoitteensa, jolloin jokainen viestintäprofiilikin on erilainen. Niinpä tutkimuksellisia näkökulmia ja kysymyksiä on lähes loputtomasti, mikä on toisaalta ilahduttavaa, myös konkreettinen esimerkki kielentutkimuksen luonteesta osana muuttuvan maailman muuttuvia tarpeita. Erityisenä haasteena tämän tutkimuksen kohdalla voidaan

pitää sen tietynlaista laveutta ja monialaisuutta, sillä käsiteltäviä teemoja ja potentiaalisia tutkimuskysymyksiä ja näkökulmia tuli tutkimuksen edetessä jatkuvasti vastaan yhä enemmän.

Murteen, ihmisen oman identiteetin, oman ja toisen, tutun ja vieraan ympärille ryhmittyvät teemat tuntuivat tulevan sitä tärkeämmäksi, mitä pidemmälle tutkimuksen teossani pääsin. Verkkokielen ja murteen välisen siteen tutkimus ja siihen liittyvät mahdollisuudet ovat kiinnostavia ja ottaen huomioon digitalisaation roolin elämässämme, näkisin kyseiset aiheet myös osana nykyaikaista sociolinguistiikkaa ja kansanlingvistiikkaa. Pitkällä aikavälillä olisikin mielestäni kiinnostavaa tutkia sitä, miten tällaiset verkkoympäristöjen viestintää rajoittavat tekijät mahdollisesti vaikuttavat myös verkon ulkopuoliseen kielenkäyttöön ja oikeinkirjoitukseen ja vielä laajemmin kirjakielen ja puhekielen rakenteisiin.

Kysymykset omasta tavasta käyttää kieltä ja sen muissa synnyttämistä mielikuvista koskettavat ihmistä ajasta ja paikasta riippumatta ja voivat olla hyvinkin henkilökohtaisia ja tärkeitä. Näin ollen tutkimus linkittyy myös laajemmin ihmisen minuuden ja sosiaalisten rakenteiden tarkasteluun sekä siihen, miten yksilö kokee oman roolinsa osana suomen kielen puhujien joukkoa. Osalla tähän liittyy myös käsitys hyvän ja huonon kielen aktiivisesta erottamisesta ja näitä näkemyksiä halutaan myös tuoda julkisesti esiin. Metatason keskustelu kielestä, oikeakielisyydestä ja hyvästä kielenkäytön tavasta ovatkin arvokas ja tarkoituksenmukainen osa kieliyhteisön keskinäistä yhteistyötä ja ymmärrystä.

LÄHTEET

- Berthon, P. R., Pitt, L. F., Plangger, K & Shapiro, D. 2012: Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy. – *Business Horizons* 55 (3) s. 261 – 271. –
https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681312000080?casa_token=E86V7aJon1wAAAAA:pUhcGPbjk0FgdnQh4_ttMbt_yPYgOYRms76qFbT4BnMOtFqxMpXXhK6CuE48yUinUb-tTyO5ag 27.10.2020.
- Cameron, Deborah 2012: *Verbal hygiene*. The politics of Language. London. Routledge.
- Cavén, Tina 2019: Miten kapula joutui kieleen. *Yle Kulttuuri*. 4.10.2019. –
<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2019/10/04/miten-kapula-joutui-kieleen> 28.10.2020.
- Crystal, David 2001. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Eronen, Riitta 1999: Monenlaisia rinnastuksia: eli, tai mutta. – *Kielikello* 1999 (3). –
<https://www.kielikello.fi/-/monenlaisia-rinnastuksia-eli-tai-mutta> 28.10.2020.
- Euroopan unionin virallinen lehti 2016: Euroopan parlamentin ja neuvoston asetukset (EU) 2016/679. – 27.4.2016. – <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/HTML/?uri=CELEX:32016R0679#d1e3005-1-1> 30.3.2021.
- Fairclough, Norman 2004 (2003): *Analysing discourse: textual analysis for social research*. New York: Routledge.
- Finlex
<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20030423?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=viranomainen%20kieli#L5P24> 11.2.2021
<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20030434> 28.10.2020
- Firth, J. R. 1968: *Selected papers of J.R. Firth: 1952–59*. London: Longmans, Green and Co. Ltd.
- Forsman Svensson, Pirkko 2015: *Katsaus vanhan kirjasuomen ortografiaan*.
http://www.helsinki.fi/voks/lyhenteet_ja_ortografia/katsaus_ortografiaan/index.html 28.10.2020.
- Grünn, Emma & Pöllänen, Raisa 2017: Twitter tuplaa merkkimäärän lähes kaikille käyttäjille – twiittien maksimiksi 280 merkkiä. *Yle Uutiset*. 8.11.2017. –
<https://yle.fi/uutiset/3-9921226> 27.10.2020.
- Haakana, Markki & Mäntynen, Anne 2002: Rakas ärsyttävä äidinkieli. Kielestä kysyminen ja tunteet radion kieliohjelmassa. – Ilona Herlin, Jyrki Kalliokoski, Lari Kotilainen & Tiina Onikki-Rantajääskö (toim.), *Äidinkielen merkitykset* s. 287–311. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 869. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Haataja, S. 2007: *Pronomien virheelliset viittaussuhteet seitsemäsluokkalaisten ja lukiolaisten kirjoitelmissa*. Pro gradu -tutkielma. Joensuun yliopisto.
- Hakulinen, A. 2003: Vielä nykysuomesta ja sen huollosta – *Kielikello* 2003 (1). –
<https://www.kielikello.fi/-/viela-nykysuomesta-ja-sen-huollosta-ovatko-puhuttu-ja-kirjoitettu-kieli-erkaantuneet-toisistaan-> 13.4.2021.

- Hautamäki, Sanni 2015: *Millaista kieltä internetissä käytetään? – Nuorten näkemyksiä verkkokielen variaatiosta*. Pro gradu -tutkielma. Kieli-, käännös- ja kirjallisuustieteen yksikkö. Tampereen yliopisto.
- Heikura, Pasi & Cavén, Tina 2014: Aristoteleen kantapää: Passiiveissa on eroja. *Yle Kulttuuri*. 9.12.2014. – <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/12/09/aristoteleen-kantapaa-passiiveissa-eroja> 17.11.2020.
- Heininen, Simo 2021 (1997): Agricola, Mikael. *Kansallisbiografia-verkkojulkaisu*. Studia Biographica 4. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 1997. <http://urn.fi/urn:nbn:fi:sks-kbg-000014> 13.4.2021.
- Hiidenmaa, P. 2004: *Suomen kieli - who cares?* Helsinki: Otava.
- Honkonen, Juha 2020: Postin pakettiviesti saattaa olla 79 euron huijaus – ”Älä avaa”. *Itä-Savo*. 25.3.2020. – <https://ita-savo.fi/uutiset/kotimaa/e29db647-4a9d-4ade-b0ff-af0e545f629e> 24.11.2020.
- Häkkinen, Kaisa 1997: *Mistä sanat tulevat. Suomalaista etymologiaa*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Instagram: <https://www.instagram.com/postigroup/?hl=fi>
<https://www.instagram.com/verohallinto/?hl=fi> 25.2.2021
- Jansen, B. J., Zhang, M., Sobel, K., & Chowdury, A. 2009: Twitter power: Tweets as electronic word of mouth. – *Journal of the American society for information science and technology* 60 (11) s. 2169–2188.
- Johnstone, Barbara. 2008. *Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi, Suoninen Eero 2016: *Diskurssianalyysi: teorit, peruskäsitteet ja käyttö*. Tampere: Vastapaino.
- Kankaanpää, S. 2009: Omistusliitteet kuuluvat yleiskieleen. *Kielikello* 2009 (3). – <https://www.kielikello.fi/-/omistusliitteet-kuuluvoat-yleiskieleen> 15.10.2020
- Kangasniemi, Sanna 2019: Tuhannet rakastavat Antti Holman podcasteja, mutta jos hän saisi päättää, hän tekisi jotain aivan muuta. *Helsingin Sanomat*. 9.10.2019. – <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000006265794.html> 6.4.2021
- Kielitoimiston ohjepankki: <http://www.kielitoimistonohjepankki.fi/ohje/483> 28.10.2020.
- Kielitoimiston sanakirja: <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/ihku> 28.10.2020. – <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/puliveivari> 24.11.2020.
- Kirkko ja kaupunki: <https://www.kirkkojakaupunki.fi/-/13-8-onnea-jesse-#3483ea21> 15.3.2021.
- Kivimäki, Petri 2020: OMG ja LOL eivät ole enää mitään – nyt tietokoneiden pitäisi tajuta nuorten uusi muotisana. *Yle Uutiset*. 16.12.2020. – <https://yle.fi/uutiset/3-11697961> 18.12.2020.
- Koivusalo, Esko 1986: Mitkä ryhmät yhteiskunnassa ovat puhuneet tähän saakka kirjakieltä? *Kielikello* 1986 (2). <https://www.kielikello.fi/-/mitka-ryhmat-yhteiskunnassa-ovat-puhuneet-tahan-saakka-kirjakielta-> 16.3.2021.
- Korhonen, Riitta 2016: Pohdintaa ja paheksuntaa – yleiskielen seurantatalkoiden havaintoja. *Kielikello* 2016 (2). – <https://www.kielikello.fi/-/pohdintaa-ja-paheksuntaa-yleiskielen-seurantatalkoiden-havaintoja> 13.4.2021.
- Kotilainen, Lari 2007: Konstruktioiden dynamiikkaa. *Virittäjä* 2008 (1) s. 1–5. – http://www.kotikielenseura.fi/virittaja/hakemistot/jutut/kotilainen1_2008.pdf 2.2.2021.

Kotimaisten kielten keskus:

https://www.kotus.fi/nyt/kysymyksiä_ja_vastauksia/sanojen_alkuperasta/puliukko 24.11.2020.

https://www.kotus.fi/kielitieto/yleiskieli_ja_sen_huoltaminen 11.10.2020.

Kukkonen, Laura 2020: "Sä tilaat, mä tuon" – Posti muutti viestintäänsä tuttavallisemmaksi, ja moni hämmentyi. *Helsingin Sanomat*. 10.9.2020. – <https://www.hs.fi/talous/art-2000006630946.html> 28.10.2020.

Kyberturvallisuuskeskus 2020: Saitko teksitiviestin Postin nimissä? Varothan, viesti voi olla huijaus. – <https://www.kyberturvallisuuskeskus.fi/fi/ajankohtaista/saitko-tekstiviestin-postin-nimissa-varothan-viesti-voi-olla-huijaus> 24.11.2020.

Laakkonen, Johanna 2020: "Sä tilaat, mä tuon" – tällaista kieltä Posti käyttää nykyään nettisivuillaan, eikä se ole kaikista hauskaa ja rentoa. *Yle Uutiset*. 10.9.2020. – <https://yle.fi/uutiset/3-11537979> 28.10.2020 .

Lahjoita puhetta 2020: <https://lahjoitapuhetta.fi/info> 18.12.2020.

Luukka, Minna-Riitta 2002: M. A. K. Halliday ja systeemis-funktionaalinen kielitiede. – Hannele Dufva, Mika Lähteenmäki (toim.). *Kielentutkimuksen klassikoita* s. 89–124. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Soveltavan kielentutkimuksen keskus.

Mantila, Harri 2004: Murre ja identiteetti. *Virittäjä* 2004 (3) s.322–346. – <https://journal.fi/virittaja/article/view/40346> 13.4.2021.

Mäntynen, Anne 1996: Miten normeista puhutaan? – Näkökulma ja normien rajat. *Virittäjä* 1996 (6) s. 505–519. – <https://journal.fi/virittaja/article/view/38907> 13.4.2021.

Marwick, A. E. & Boyd, D. 2010: I tweet honestly, I tweet passionately – Twitter users, context collapse, and the imagined audience. – *New media & society* 13 (1) s. 114–133.

Mikkonen, Jenni. 2014. *Vanhan Stadin slangin ruotsalaisperäiset sanat nauhoitetussa keskustelussa*. Maisterintutkielma. Jyväskylän yliopiston kielten laitos. – <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/44540/1/URN%3ANBN%3Afi%3Ajuu-201411053182.pdf> 13.4.2021.

Murtoniemi, Kaisa 2016: Erikoinen uusi ilmiö: pisteestä on tullut tyly välimerkki. *Aamulehti*. 19.6.2016. – <https://www.aamulehti.fi/kotimaa/art-2000007361387.html> 2.2.2021.

Nuolijärvi, P. 2018: Nationalismi ja suomen kielen asema. *Kieli, koulutus ja yhteiskunta* 9 (6). Saatavilla: <https://www.kieliverkosto.fi/fi/journals/kieli-koulutus-ja-yhteiskunta-lokakuu-2018/nationalismi-ja-suomen-kielen-asema> 13.4.2021.

Nuolijärvi, Pirkko 2000: Sociolinguistiikka kielentutkimuksen kentässä. – Kari Sajavaara & Arja Piirainen-Marsh (toim.) *Kieli diskurssi & yhteisö* s. 13–37. Jyväskylän yliopisto: Soveltavan kielentutkimuksen laitos.

Pietikäinen, Sari 2000: Kriittinen diskurssintutkimus. – Kari Sajavaara, Arja Piirainen-Marsh (toim.), *Kieli, diskurssi ja yhteisö* s. 191–218. Jyväskylän yliopisto: Soveltavan kielentutkimuksen keskus.

Pohjannoro, Hannu 2008: *Tonaalisuus*. – https://muhi.uniarts.fi/1900_tonaalisuus/ 25.2.2021.

- Posti 2020: <https://www.posti.com/media/mediauutiset/2020/postin-nimissa-liikkeella-huijausviesteja--ala-reagoi-ala-klikkaa-yllattavia-linkkeja-katso-myos-poliisin-ohjeet/>
https://www.posti.fi/fi/asiakastuki/tiedotteet/20201008_huijausviestitiedote
 24.11.2020.
- Pynnönen, Anu 2013: *Diskurssianalyysi: Tapa tutkia, tulkita ja olla kriittinen*. Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulun Working Paper N:o 379. Jyväskylän yliopisto.
- Räsänen, M. 2017: *Satavuotiaan Suomen kielet*. Kielikello 2017 (4). – <https://www.kielikello.fi/-/satavuotiaan-suomen-kielet> 11.10.2020.
- Räsänen, Matti 2002: *Vierassanojen kirjoitusongelmat*. Kielikello 2002 (3). – <https://www.kielikello.fi/-/vierassanojen-kirjoitusongelmat> 1.3.2021.
- Sajavaara, Paula 2000: *Kielenohjailu*. – Kari Sajavaara & Arja Piirainen-Marsh (toim.), *Kieli, diskurssi & yhteisö* s. 67–106. Jyväskylä: Soveltavan kielentutkimuksen keskus. Humanistinen tiedekunta.
- Saukkonen, Pauli 1970: *Puhekielen luonteesta*. Kielikello 1970 (3). – <https://www.kielikello.fi/-/puhekielen-luonteesta> 13.4.2021.
- Savinie, Maija 2015: *On noloa, jos ammattilaiset tekevät tökeröitä kielioppivirheitä : toimitushenkilökunnan kielenhuoltotiedot, -käytännöt ja -diskurssit*. Väitöskirja. Oulun yliopisto.
- Seppänen, Timo 2019: *Kymmenen syytä, miksi asiakkaat ovat menettäneet uskonsa Postiin*. *Yle Uutiset*. 15.10.2019. – <https://yle.fi/uutiset/3-11020167> 16.3.2021
- Silverman, G. 2001: *The secrets of word-of-mouth marketing: how to trigger exponential sales through runaway word of mouth*. New York: AMACOM.
- TEPA-termipankki. – <https://termipankki.fi/tepa/fi/haku/normi> luettu 6.4.2021.
- TT= Tieteen termipankki. – <https://tieteentermipankki.fi/wiki> 6.4.2021.
- Tiilik, Ulla 2018: *Virkakielityön periaatteet: työtä kielen parissa ihmisten hyväksi*. Kielikello 2018 (2). – <https://www.kielikello.fi/-/virkakielityon-periaatteet-tyota-kielen-parissa-ihmisten-hyvak-1> 1.3.2021.
- Tukiainen, Jemina 2019: *"Etenkin julkisen sanan käyttäjien pitää puhua oikeaa Suomen kielioppia."* – Käsityksiä eri kielenkäyttäjryhmien kieltä koskevista rajoituksista *Kielitoimiston yleiskielen seurantatalkoohavainnoissa*. Pro gradu -tutkielma. Suomalais-ugrilainen ja pohjoismainen osasto. Helsingin yliopisto.
- Twitter: <https://twitter.com/Postigroup/status/1303653818895400960> 13.4.2021.
- Vauras, Ilmari 2008: *Tunneikonit verkkokeskusteluissa ?-)*. – Sara Routarinne & Tuula Uusi-Hallila (toim.), *Nuoret kielikuvassa. Kouluikäisten kieli 2000-luvulla* s. 210–221. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Verohallinto 2020: *Verohallinnon viestintä on valittu vuoden viestintäteoksi*. – <https://www.vero.fi/tietoa-verohallinnosta/uutishuone/uutiset/uutiset/2020/verohallinnon-viestintä-on-valittu-vuoden-viestintäteoksi/> 25.2.2021.
- Viinikka, J. & Voutilainen, E. 2013: *Ääniä ilmassa, merkkejä paperilla – puhutun ja kirjoitetun kielen suhteesta*. Kielikello 2013 (3). – <https://www.kielikello.fi/-/aania-ilmassa-merkkeja-paperilla-puhutun-ja-kirjoitetun-kielen-suhteesta> 11.10.2020.
- Virkkunen, Jussi 2017: *Hervottomia aprillipiloja: Saimaannorppia Oulujärveen, Ilves ja Tappara yhdistyvät, suuryritykset kaatuvat*. *Yle Uutiset*. 1.4.2017. – <https://yle.fi/uutiset/3-9542237> 23.3.2021.

- VISK = Auli Hakulinen, Maria Vilkuna, Riitta Korhonen, Vesa Koivisto, Tarja Riitta Heinonen ja Irja Alho 2004: Iso suomen kielioppi. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden Seura. – <https://scripta.kotus.fi/visk/etusivu.php> 13.4.2021.
- Voutilainen, Eero 2016: Kielenohjailu on politiikkaa. – Irina Piippo, Johanna Vaattovaara & Eero Voutilainen (toim.), *Kielen taju. Vuorovaikutus, asenteet ja ideologiat* s.147–173. Helsinki: Art House.
- Wettersand, Ninni 2015: #JeSuisCharlie twiitattu jo yli viisi miljoonaa kertaa. YLEX. 10.1.2015. – <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/10/jesuischarlie-twiitattu-jo-yli-viisi-miljoonaa-kertaa> 11.2.2021.

LIITTEET

LIITE: POSTIN NETTISIVUT, OSA 1

Lähetä tai palauta – jee- saan kyllä!

Voit kätevästi maksaa ja lähettää paketin.
Jos ostos ei mennyt nappiin, palautuskin
onnistuu!

<https://www.posti.fi/fi/henkiloille/omaposti>

Kuva 1: 18.12.2020,

LIITE: POSTIN NETTISIVUT, KUVA 2

Paketit ja seuranta

Sä tilaat, mä tuon – automaattiin, postiin tai suoraan
kotiovelle. Jopa yli miljoona paketissa saapunutta
onnenhetkeä viikossa! Seuranta on helppoa
OmaPostilla, oli kyseessä mikä paketti vaan.

<https://www.posti.fi/fi/henkiloille/paketit-ja-seuranta>

Kuva 2: 18.12.2020

LIITE: POSTIN NETTISIVUT, KUVA 3

Apua ongelmatilanteisiin

Onko paketti kadonnut, myöhässä tai vahingoittunut? Meidän toimittamien pakettien määrä hipoo viikoittain yli miljoonaa, joten niitä on koko ajan matkalla melkoinen määrä. Suurin osa löytää perille ongelmitta, mutta jos jotain menee pieleen - toimi näin.

Kuva 3:

18.12.2020 <https://www.posti.fi/fi/henkiloille/paketit-ja-seuranta/lahetyksen-seuranta-ja-hakeminen/myohastynyt-kadonnut-tai-vahingoittunut-lahetys>