

Kiertotalouden käytännöntekijöitä

Muutospuheen retoriikka Lassila & Tikanoja Oyj:n kiertotalousaiheisissa Facebook-julkaisuissa

Julia Kokki

Pro gradu -tutkielma

Kieliasiantuntijuuden tutkinto-ohjelma, suomen kieli

Kieli- ja käännöstieteiden laitos

Humanistinen tiedekunta

Turun yliopisto

Huhtikuu 2022

Turun yliopiston laatu järjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu

Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

Pro gradu -tutkielma

Kieliasiantuntijuuden tutkinto-ohjelma, suomen kieli

Julia Kokki

Kiertotalouden käytännöntekijöitä – Muutospuheen retoriikka Lassila & Tikanoja Oyj:n kiertotalousaiheisissa Facebook-julkaisuissa

Sivumäärät: 51 s., 0 liites.

Tässä tutkimuksessa analysoidaan Lassila & Tikanoja Oyj:n vuonna 2019 tekemien kiertotalousaiheisten Facebook-julkaisujen retoriikkaa. Tutkimus on osa valtakunnallista ja monitieteistä CICAT2025-hanketta, jonka tavoitteena on edistää Suomen nousemista maailman johtavaksi kiertotalousmaaksi.

CICAT2025-hankkeessa kannustavaa kielenkäyttöä pidetään yhtenä kiertotaloutta vauhdittavista tekijöistä. Tutkimukseen valittua sosiaalisen median viestintäaineistoa tarkastellaankin kiertotalousaiheisena muutospuheena, jonka analyysissä kiinnitetään huomiota erilaisiin muutostarvetta viestin vastaanottajalle kannatettavaksi konstruoiviin kielenkäytön tapoihin.

Aineiston analyysi pohjaa retoriseen diskurssianalyysiin, jonka näkökulma on erilaisia diskursseja synnyttävässä retoriikassa, todellisuutta rakentavassa kielenkäytössä. Aineiston jäsenyksessä tutkimuksellisenä tavoitteena on selvittää, minkälaisia muutoksen representaatiotyyppejä siitä nousee esiin. Retoristen tehokeinojen tarkastelussa hyödynnetään erityisesti Arja Jokisen tekemää luokitusta.

Tutkimusaineiston perusteella muutospuheesta hahmottuu seitsemän erilaista representaatiotyyppiä: mahdollinen muutos, yhteinen muutos, hyödyllinen muutos, käytännöllinen muutos, välttämätön muutos, vaivaton muutos ja käänteentekevä muutos. Kullakin muutoksen representaatiolla on omat retoriset ja diskursiiviset piirteensä, joiden representaatiota rakentavaa tehtävää havainnollistetaan aineiston analyysissä tekstiesimerkein. Huomionarvoista on, etteivät representaatiotyypit tai retoriset ja diskursiiviset piirteet ole tarkkarajaisia tai yksiselitteisiä, vaan ne limittyvät. Niin ikään yhdessä julkaisussa tai julkaisun osassa voi olla useampaan eri representaatiotyyppiin sopivia piirteitä.

Aineiston analyysi osoittaa, että representaatioilla pyritään konstruoimaan muutos viestin vastaanottajalle kannatettavaksi esittämällä se paitsi mahdollisimman positiivisena asiana myös välttämättömyytenä. Tämän lisäksi erityisesti niin sanottujen onnistumisraporttien ja käänteentekevän muutoksen representaatioissa edelläkävijyyden korostamisen myötä yritys pyrkii markkinoimaan itseään sidosryhmien silmissä ympäristövastuunsa kantavana yrityksenä. Näin ollen aineistoa voidaan pitää muutospuheen ohella myös vastuuviestintänä, sillä sitä hyödynnetään yritys vastuun toteuttamisen raportointiin.

Avainsanat: kiertotalous, retoriikka, diskurssianalyysi, representaatio, muutospuhe, vastuuviestintä, sosiaalinen media

Sisällys

1	Johdanto	4
1.1	Tutkimuksen lähtökohdat ja tavoitteet	4
1.2	Tutkielman rakenne	7
2	Tutkimuskohteena vastuuviestinnällinen muutospuhe	8
2.1	Muutospuheen ja vastuuviestinnän käsitteistä tässä tutkimuksessa	8
2.2	Aiempi tutkimus	10
2.3	Aineiston esittely ja tutkimusmenetelmät	12
3	Retoriikka kielellisen vaikuttamisen tutkimuksessa	15
3.1	Retoriikan tutkimuksen lähtökohtia	15
3.2	Uusi retoriikka	16
3.3	Retorinen diskurssianalyysi tutkimusmenetelmänä	17
3.4	Retoristen tehokeinojen luokittelu Arja Jokisen mukaan	19
4	Muutoksen representaatiot	21
4.1	Representaation käsitteestä tässä tutkimuksessa	21
4.2	Muutoksen representaatiotyypit aineistossa	22
4.2.1	Mahdollinen muutos	22
4.2.2	Yhteinen muutos	25
4.2.3	Hyödyllinen muutos	28
4.2.4	Käytännöllinen muutos	31
4.2.5	Välttämätön muutos	34
4.2.6	Vaivaton muutos	37
4.2.7	Käänteentekevä muutos	40
5	Yhteenveto ja päätelmät	43
	Lähteet	48

1 Johdanto

1.1 Tutkimuksen lähtökohdat ja tavoitteet

”Meillä ei ole enää aikaa hukattavaksi. Maailma on muuttunut pysyvästi. Viimeistään nyt meidän kaikkien on ryhdyttävä ajattelemaan ja toimimaan toisin – siten, että varmistamme kestäväen huomisen”, todetaan Lassila & Tikanoja Oyj:n¹ tekemässä Facebook-julkaisussa 3.10.2019. Edellisenkaltaiset huolestuneet kannanotot maailman nykytilasta ja tulevaisuudesta ovat viime vuosina nousseet näkyvään rooliin eri puolilla mediakenttää. Viime vuosina erityisesti sosiaalinen media (some) on tarjonnut niin yrityksille, päättäjille kuin yksityishenkilöillekin kanavan kokemiensa epäkohtien ilmaisuun.

Ilmastonmuutos kaikkine lieveilmiöineen on havaintojeni mukaan yksi näkyvimmistä muutoshakuista keskustelua herättävistä aiheista. Lienee perusteltua todeta, että yhdistävänä tekijänä erilaisia epäkohtia käsittelevissä kannanotoissa vaikuttaisi olevan alun sitaatissakin konkretisoituva halu muutokseen, *toisin toimimiseen*. Käsittelenkin tutkimusaineistonani toimivaa Lassila & Tikanojan Facebook-viestinnän retoriikkaa eräänlaisena muutospuheena (ks. luku 2.1). Näkökulma on muutoksen representaatioissa sekä siinä, kuinka *toisin toimiminen* konstruoidaan kielellisesti viestin vastaanottajalle kannatettavaksi.

Tämän pro gradu -työn tavoitteena on siis tehdä retorisesti painottunutta diskurssianalyttistä tutkimusta Lassila & Tikanojan kiertotalouteen kannustavasta Facebook-viestinnästä. Lassila & Tikanoja on kotimainen palveluyritys, joka toimii ympäristöpalveluiden, kiinteistö- ja käyttäjäpalvelujen sekä teollisuuspalveluiden alalla (lt.fi/yritys/historia). Tutkimukseni liittyy aiheeltaan valtakunnalliseen CICAT2025-hankeeseen, jossa tutkitaan monitieteisesti keinoja tukea Suomen siirtymistä maailman johtavaksi kiertotalousmaaksi. Kestävä kiertotalous käsitetään hankkeen piirissä perinteisen lineaaritalouden korvaavaksi talousmalliksi, jonka toimintaperiaatteisiin kuuluu muun muassa luonnonvarojen käytön vähentäminen sekä energia-, ravinne- ja materiaalikiertojen sulkeminen. (CICAT2025.)

CICAT2025-hankkeenkin lähtökohdana on siis muutostarpeen tunnustaminen. Vanhat toimintatavat käsitetään epäsoviviksi ja etsitään keinoja vaaditun muutoksen tukemiseen. Hankkeen piirissä juuri kieli nähdään osaltaan mahdollisena muutoksen edistäjänä: kannustavaa kielenkäyttöä pidetään yhtenä kiertotalouden katalyyttinä eli kiertotalouteen

¹ Käytän tästä eteenpäin lukuselkeyden vuoksi muotoa Lassila & Tikanoja.

siirtymistä vauhdittavana tekijänä (CICAT2025). Hankkeen innoittamana lähestynkin aihetta kielitieteen viitekehystä: tässä laadullisessa tapaustutkimuksessa tutkin retorisen diskurssianalyysin näkökulmasta esimerkkiyrityksen kiertotalousteemaa esiintuvia kielellisen vaikuttamisen keinoja. Analyysin avulla pyrin vastaamaan seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Millaisena kiertotalouden toteutumisen edellyttämä muutos representoidaan Lassila & Tikanojan Facebook-julkaisujen kielessä ja minkälaista retoriikkaa hyödynnetään näiden representaatioiden luomiseen?

2. Mihin näillä representaatioilla pyritään?

Tarkoituksena on siis muutoksen representaatioiden erittelyn lisäksi tarkastella myös sitä, mihin niiden konstruoinnilla pyritään. Aineiston retoriikan analyysi pohjaa Arja Jokisen (1999) tekemään retoristen tehokeinojen luokitukseen, jonka yhteydessä painotetaan analyysin kohdentamista aktuaaliseen kielenkäyttötilanteeseen. Tällä viitataan siihen, ettei analyysissä tule rajautua pinnallisesti pelkkään tehokeinojen erittelyyn, vaan oleellista on tarkastella myös sitä, minkälaisia kontekstikohtaisia seurauksia niiden käytöllä on (mts. 131). Retoriseen analyysiin pätee siis diskurssintutkimuksen yleinen tarkastelukulma: diskurssintutkimuksessa tutkitaan sitä, kuinka kieli vaikuttaa kielenkäyttäjään ja vastaavasti käyttäjä kieleen (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 14). Diskurssintutkimuksen piirissä vallitseva käsitys kielenkäytön seurauksellisuudesta on näin ollen yhteneväinen CICAT2025-hankkeen katalyyttiajattelun kanssa. Sosiaalisesti järjestyneellä kielellä ja kielenkäyttöön liittyvillä valinnoilla katsotaan olevan valtaa muokata käsityksiämme ympäröivästä maailmasta (mts. 17).

Tutkimuskysymyksiin viitaten hypoteesina on, että Lassila & Tikanojan Facebook-julkaisujen argumentaatio on hienovaraista ja perustuu enimmäkseen puolustavalle retoriikalle, jota Jokinen (1999: 131) pitää koko retorisen argumentaation kivijalkana. Yrityksen asema kaupallisena toimijana taas tuo väistämättä retoriikan funktioiden tarkasteluun oman ulottuvuutensa: oletusarvoista on, että kaikenlaisessa potentiaalisille asiakkaille kohdennetussa viestinnässä on pohjimmiltaan kyse markkinoinnista, jonka tavoitteena on ostopäätösten syntyminen. Kilpailuetua taas saavutetaan esimerkiksi vastuullisuudesta viestimällä, jolla toivotaan olevan positiivinen vaikutus yrityksen imagoon (Halme & Joutsenvirta 2011: 251, 253). Oletankin, että argumentoidessaan Facebook-julkaisuissaan kiertotalouden puolesta Lassila & Tikanoja markkinoi itseään ympäristövastuunsa kantavana

yrittäjienä, mikä taas voidaan käsittää eräänlaiseksi vastuuviestinnäksi. Vastuuviestinnässä kuluttajayleisöä puolestaan puhuttelee yleensä selkeä, tunteisiin vetoava viesti (Halme & Joutsenvirta 2011: 252). Hypoteesina on, että retoristen tehokeinojen käytöllä pyritään jollakin tapaa vetoamaan lukijan tunteisiin. Lisäksi yksittäisten retoristen tehokeinojen osalta institutionaaliselle kielenkäytölle on Jokisen (1999: 131) mukaan tyypillistä erityisesti metroriikka, jota uskon Lassila & Tikanojankin hyödyntävän argumentoinnissaan.

Mitä tulee muutoksen representaatioihin, oletan Lassila & Tikanojan kiertotalouteen kannustavan retoriikan kuvaavan muutosta ennen kaikkea positiivisin sanankääntein. Tämä on tyypillistä useissa ilmastonmuutoksen hillintää käsittelevissä kirjoituksissa niiden pyrkiessä edistämään muutosta tuoden itsetarkoituksellisesti esiin muutoksen mahdollisuuksia (Nissilä & Lovio 2011: 52–53). Kiintoisana huomiona Ville Virsu (2012: 82) hahmottaa yritysretoriikan suhteen muutoksen rinnakkaiskäsitteeksi kehitykselle. Käsitteet eroavat Virsun mukaan juuri representaatioltaan: kehitys kuvataan poikkeuksesta positiiviseksi ja alati relevantiksi tavoitteeksi, kun taas muutokseen liittyy ajoittainen epävarmuus ja epätietoisuus. Edellä esitetyn valossa oletan, että kiertotalouden puolesta argumentoidessaan Lassila & Tikanoja pyrkii hankkimaan sanomalleen kannatettavuutta esittäen muutoksen mahdollisimman positiivisena siihen liittyviä epävarmuustekijöitä häivyttäen.

Huomionarvoista on, että aiempaa suomenkielistä tutkimusta somevälitteisen markkinoinnin kielellisestä vaikuttamisesta ei vielä ole kovin laajasti tehty. Tämä luonnollisesti selittyy paljolti sillä, että kyseessä on suhteellisen uusi ilmiö. Metodologisesta näkökulmasta muun muassa Lotta Lehti ja Maria Eronen-Valli (2018) erittelevät artikkelissaan viestinnän digitaalisuuden vaikutuksia retoriikan tutkimukseen sekä tämän niin sanotun digitaalisen retoriikan ominaispiirteitä ja suhdetta perinteisempiin tutkimustraditioihin. Vastuuviestintää sosiaalisessa mediassa on puolestaan käsitellyt Cecilia Hjerppe (2019) vaateyritys Lindexin vastuullisuusraporttiin ja Instagram-viestintään keskittyvässä pro gradussaan. Käsillä olevan työn kannalta relevanttia aiempaa tutkimusta käsittelemme tarkemmin luvussa 2.2.

Koska somevaikuttamisen rooli ihmisten asenne- ja toimintaperiaatemuutosten mahdollistajana on laajaan tavoitavuuteenkin pohjaten epäilemättä kiistaton, on sen tutkimuksella painoarvoa paitsi CICAT2025-hankkeen kannalta myös yleisluontoisemmin. Digitaalisen retoriikan tutkimuksen myötä on mahdollisuus lisätä ymmärrystä verkkoviestinnän vaikuttamisen keinoista, vastuullisesta viestinnästä sekä ylipäätään viestinnän monimuotoisuudesta (Lehti & Eronen-Valli 2018: 173). Jotta kielellisen

vaikuttamisen keinoja voidaan käyttää vastuullisesti ja tehokkaasti jatkossa esimerkiksi juuri ympäristötietoisien, kestävän kuluttamisen ideologian välittämiseen, on ensin opittava tunnistamaan niiden nykyiset käyttötavat.

1.2 Tutkielman rakenne

Tämä tutkielma alkaa teoriakirjallisuuden esittelyllä. Luvussa 2 (Tutkimuskohteena vastuuviestinnällinen muutospuhe) käydään läpi tutkimuksen kannalta keskeistä käsitteistöä sekä sen soveltamistapoja käsillä olevaan tutkimukseen. Alaluvussa 2.2 puolestaan esitellään tutkimusaiheelle olennaista aiempaa tutkimusta, ja alaluku 2.3 sisältää aineiston sekä tutkimusmenetelmien tarkemman esittelyn. Tämän jälkeen tutkielman teoriaosuus jatkuu retoriikan historian ja siihen liittyvän metodologian erittelyllä. Luvussa 3 (Retoriikka kielellisen vaikuttamisen tutkimuksessa) avataan retorisen tutkimuksen lähtökohtia ja historiaa sekä syvennytään erityisesti uuden retoriikan tutkimussuuntaan. Lisäksi alaluvussa 3.3 käydään läpi retorisen diskurssianalyysin tutkimusmenetelmää, ja lopuksi teoriaosuus päättyy retoristen tehokeinojen luokituksen esittelyyn alaluvussa 3.4.

Työn empiirisen analyysin sisältävä tutkimus esitellään pääluvussa 4 (Muutoksen representaatiot). Alaluku 4.1 kuvaa representaation käsitteen käyttöä käsillä olevassa tutkimuksessa. Alaluvussa 4.2 (Muutoksen representaatiotyypit aineistossa) käydään puolestaan läpi työn varsinainen analyysiosuus tyyppiluokkiin jaoteltuna. Lopuksi tärkeimmät tutkimustulokset ja jälkipohdinnat käydään läpi tutkielman päätäntöluvussa 5 (Yhteenveto ja päätelmät).

2 Tutkimuskohteena vastuuviestinnällinen muutospuhe

2.1 Muutospuheen ja vastuuviestinnän käsitteistä tässä tutkimuksessa

Tässä tutkimuksessa Lassila & Tikanojan kiertotalousaiheista Facebook-viestintää käsitellään eräänlaisena muutospuheena. Vaikka muutospuheen käsite on kenties tavallisimmin totuttu liittämään yritysjohtamiseen ja organisaatiomuutoksiin liittyvään viestintään (ks. esim. Juuti ym. 2004), on sen valjastaminen tämän tutkimuksen tarpeisiin nähdäkseni perusteltua monestakin syystä. Tutkimuksen innoittajana toimineen CICAT2025-hankkeen katalyyttiajattelussa kannustavan kielenkäytön ajatellaan olevan yksi keino kiertotaloussiirtymän vauhdittamiseen. Hankkeen verkkosivuilla kiertotalouden katalyyttejä nimitetäänkin positiiviseksi muutosvoimaksi. (CICAT2025.) Toisin sanoen sillä, miten muutoksesta puhutaan, voi olla muutosta edistäviä vaikutuksia. Muutospuheella tarkoitankin tutkimukseni yhteydessä yksiselitteisesti puhetta muutoksesta ja sen toteutumisedellytyksistä.

Organisaatioviestinnän puolella muutospuhetta pidetään omana diskurssin lajinaan.

Työyhteisöjen sisällä muutospuheella on toimintaa jäsentävä institutionaalinen funktio, jonka avulla oikeutetaan sekä muokataan uusia rutiineja normalisoiduiksi toimintamalleiksi. (Juuti ym. 2004: 34.) Yksinkertaistaen voi siis todeta, että puheella muutoksesta pyritään sen aikaansaamiseen. Tällaiseksi määriteltynä muutospuheen käsite on näkemykseni mukaan sovellettavissa tekstintutkimuksessa laajemminkin kaikkiin sellaisiin aineistoihin, joissa argumentoidaan jonkinlaisen muutoksen puolesta. Juuti ym. (2004: 35) esittävät muutoksesta puhutun niin paljon, että se on noussut nykypäivänä suoranaiseksi itsestäänselvyydeksi, jopa ulkoisen todellisuuden sanelemaksi pakoksi. Muutos voidaankin nähdä retorisenä keinona, jonka taustalla vaikuttaa näkemys paitsi sen hyvydestä myös välttämättömyydestä, ja jonka avulla uudelleen jäsennetään ja tuotetaan valtaa sekä sosiaalisia suhteita (mp.).

Käsittelen aineistoani muutospuheena pitkälti edellä esitettyjen määritelmien mukaisesti.

Lisäksi huomionarvoista on, että kestävämpään ympäristötoimintaan kannustava muutospuhe on samalla vastuullisuudesta viestimistä. Viime vuosisadan lopulla ympäristöviestintä haastoi yritysten viestintäkäytäntöjä, ja kestävä kehityksen aikana tästä alettiin käyttää käsitteitä yhteiskunta- tai yritysvastuu sekä vastuullinen liiketoiminta (Juholin 2017: 32).

Yhteiskuntavastuu perustuu näkemykselle, jonka mukaan yritykset ovat taloudellisen vastuunsa lisäksi vastuussa myös ympäristön sekä yhteiskunnassa elävien ihmisten hyvinvoinnista. Sillä viitataan yhteiskunnan eli julkisen vallan sekä yhteiskunnassa toimivien

yri­tysten vastuunjakoon tämän hyvinvoinnin turvaamisessa. Yritysvastuulla puolestaan viitataan tavallisesti yritysten harjoittamiin ja sidosryhmien odotuksiin perustuviin vapaaehtoi­siin toimiin, joilla yhteiskuntavastuuta toteutetaan. (Harmaala & Jallinoja 2012.) Yritysvastuuta voidaankin ajatella sateenvarjoterminä, joka kuvaa sitä, kuinka yritykset yhdistävät liiketoimintansa suunnitteluun ja toteutukseen sosiaalisen, eettisen ja ympäristöä koskevan vastuunsa yhteistyössä sidosryhmien kanssa (Wickert & Risi 2019).

Käsillä olevan työn kannalta itse vastuuviestinnän käsitteen määrittelyssä on aiheellista palata siihen, mitä ylipäätään viestinnällä tarkoitetaan. Janne Seppäsen ja Esa Väli­ver­ro­sen (2013: 21) mukaan yksinkertaisimmillaan viestinnässä on kyse sanomien vaihdosta kahden tai useamman osapuolen välillä. Tässä sanomien vaihdossa osapuolet rakentavat yhteistä todellisuutta, ja viestintä luo yhteisöllisyyttä (mp.). Tämä viestinnän kokonaisvaltainen, vuorovaikutteisuutta korostava käsittämistapa palvelee myös tässä tutkimuksessa hyödynnettyä tarkastelunäkökulmaa vastuuviestinnän osa-alueeseen. Usein vastuuviestinnän mielletään koskevan vain yritysten nimenomaisia vastuullisuusraportteja tai laajemmin ehkä verkkosivujen vastuullisuutta käsitteleviä osioita. Nähdäkseni yritysmaailman vastuuviestinnän tarkastelu on ulotettavissa kaikkialle sinne, missä yritys­vastuun toteutuksesta tavalla tai toisella viestitään; oli kyseessä sitten muodollisesti laadittu vuosikatsaus vastuullisuuteen tai epämuodollisempi, ympäristötoimia käsittelevä Facebook-viestintä.

Millä peruste­in Lassila & Tikanojan sekä hyvin monen muun yrityksen vastaavaa ulkoista, sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa sidosryhmäviestintää voi sitten pitää vastuuviestinnällisenä muutospuheena? Kuten myöhemmin tutkielman analyysiosassa käy ilmi, Lassila & Tikanoja argumentoi monissa tutkimusaineistoon kuuluvissa julkaisuissaan muutostarpeen puolesta. Tämä näkyy esimerkiksi nykyhetken sekä tulevan erilaisissa kuvaustavoissa. Nykyiset, muutosta vaativat toimintatavat representoidaan epätoivottuina ja haitallisina, kun taas muutoksen ja sen mukanaan tuomien tarpeellisten toimintamallimuutosten vaikutukset kuvataan positiivisina. Julkaisuissa tuodaan esiin muutoksen mahdollisuuksia, kuten uusia teknologioita, jotka säästävät paitsi luontoa myös kuluttajien lompakkoa. Kertoessaan muutoksen mahdollisuuksista sekä omista toimistaan sen hyväksi Lassila & Tikanoja viestii yritys­vastuustaan ja sen toteutuksesta. Tämä vastuuviestinnällinen muutospuhe suuntautuu paitsi kuluttajille myös nykyisille ja tuleville työntekijöille sekä yrityksen yhteistyökumppaneille.

2.2 Aiempi tutkimus

Kuten jo työn johdannossa kävi ilmi, aihepiiriltään vastaavaa kielitieteellistä tutkimusta ei suomen kielellä ole toistaiseksi vielä paljoa saatavilla. Vaikka ilmiönä yritysten vaikuttamaan pyrkivä sosiaalisen median viestintä onkin uudehko, on se nykypäiviin mennessä saavuttanut huomattavan tärkeän aseman organisaatioviestinnän kentällä. Sosiaalinen media ylipäättään on tuonut mukanaan uusia, tähän asti suhteellisen vähän käytettyjä tutkimusmahdollisuuksia (Du Plessis 2013: 6). Englanninkielisellä tutkimuskentällä aihealuetta on tutkittu jo laajemmin esimerkiksi digitaalisen retoriikan piirissä. Digitaalisella retoriikalla tarkoitetaan yksinkertaista retoriikan teorian käyttämistä digitaalisten aineistojen tutkimukseen ja tuottamiseen (Eyman 2018: 13).

Kielitieteellisestä näkökulmasta toteutetut digitaalisiin aineistoihin kohdistuneet suomenkieliset diskurssitutkimukset puolestaan käsittävät pääosin pro gradu -tutkielmia. Tämän tutkielman kanssa melko samanlaista lähestymistapaa on pro gradu -työssään noudattanut Eveliina Miettunen (2017), joka tarkastelee tutkimuksessaan Suomen Asuntomessut -organisaation Facebook- ja verkkosivuviestintää diskurssianalyysin keinoin. Hilla Läärän (2020) pro gradu -työ puolestaan on toteutettu käsillä olevan työn tapaan osana CICAT2025-hanketta ja tutkimuksessa analysoidaan *kiertotalous*-sanon semanttisia kehyksiä sekä diskursseja Helsingin Sanomien teksteissä.

Kauppatieteiden ja markkinoinnin näkökulmasta sosiaalisen median viestintää on analysoitu kielitieteellistä viitekehystä laajemmin. Anna-Mari Mattila (2015) on käsitellyt pro gradu -tutkielmassaan sosiaalisen median hyödyntämistä yhteiskunnalliseen markkinointiin. Yhteiskunnallinen markkinointi soveltuu käsitteenä kuvaamaan myös käsillä olevan työn tutkimusaineistona hyödynnettyä Lassila & Tikanojan Facebook-viestintää. Sillä tarkoitetaan kaupallisen markkinoinnin keinojen hyödyntämistä kohdeyleisön vapaaehtoiseen toimintaan vaikuttamiseen henkilökohtaisen sekä yhteiskunnallisen hyvinvoinnin parantamiseksi (Andreasen 1994: 110).

Kuten tutkielman analyysiosasta käy tarkemmin ilmi, tutkimusaineistossa argumentoidaan kiertotalouden edellyttämän muutoksen puolesta korostaen siitä seuraavaa yksilötason, kollektiivisesti koko yhteiskunnan sekä ympäristön hyötyjäasemaa. Yhteiskunnallisessa markkinoinnissa pääasiallisesti hyötyjäksi asetetaan joko yksilö tai laajamittaisemmin koko

yhteiskunta, tai hyötyjiä voi olla myös useita. Yksilötason hyötyvyyttä korostavasta yhteiskunnallisesta markkinoinnista esimerkkinä toimivat erilaiset painonpudotuskampanjat, ja vastaavasti koko yhteiskunnalle ja ympäristölle koitua etu on houkuttimena kuluttajakierrätyksen lisäämiseen tähtäävässä yhteiskunnallisessa markkinoinnissa. (Andreasen 1994: 111–112.) Tämän työn tutkimusaineisto hyödyntää molempia hyötyjänäkökulmia; paikoitellen yksityistä ja yhteistä yhdistäen, paikoitellen jompaakumpaa korostaen.

Yhteiskunnallisen markkinoinnin käsitettä tämän tutkimuksen aineistoon yhdistettäessä on huomioitava, ettei voittoa tavoittelevan yrityksen viestintää kaikkien määritelmien mukaan pidetä yhteiskunnallisena markkinointina. Alan Andreasen (1994: 112) korostaa yhteiskunnallisen markkinoinnin määritelmän sulkevan ulkopuolelle tapaukset, joissa hyötyjä on itse markkinointia toteuttava organisaatio. Voittoa tavoittelevana yrityksenä Lassila & Tikanojan viestintää ei voi tietenkään pitää täysin omaa etua tavoittelemattomana. Hyötyjänäkökulma ei kuitenkaan tarjoa niin yksinkertaista ratkaisua määrittelyn ongelmiin kuin voisi olettaa. Yhtä lailla kuin taloudellinen menestys, myös luottamuksen ja maineen ansaitseminen voidaan käsittää organisaatiolle koituvana hyötynä. Myös voittoa tavoittelemattomat järjestöt hyötyvät yhteiskunnallisella markkinoinnilla saavuttamastaan arvostuksesta ja luottamuksesta välillisesti siten, että kampanjoiden mahdollisesti aikaansaamat lahjoitukset tukevat taloudellisesti organisaation toimintaa.

Sari Kuvajan ja Karoliina Malmelinin (2008) vastuullista yritysviestintää käsittelevän teoksen näkemykset puoltavat edellä esitettyä. Vastuullisen yrityksen pyrkimyksenä on oman esimerkkinsä kautta vaikuttaa kansallisiin tai jopa kansainvälisiin lainsäätäjiin. Samalla sidosryhmät olettavat avointa keskustelua yrityksen arvoista ja motiiveista. Tämä ei kuitenkaan sulje pois sitä, että yritykselle ei toivottaisi taloudellista menestystä. Vastuullisuus tulisi joka tapauksessa nähdä osana kaikkea liiketoimintaa, eikä vain erillisen viestintäosaston huolenaiheena. (mts. 15.) Myös tässä tutkimuksessa hyödynnän tätä kokonaisvaltaista näkemystä vastuullisuudesta ja vastuuviestinnästä.

Aiemman tutkimuksen perusteella käsittelen tutkimusaineistoani siis vastuuviestinnällisenä muutospuheena. Yrityksen osallisuus kaupallisena toimijana kuitenkin tuo viestinnän tarkasteluun väistämättä myös markkinoinnin näkökulman. Taloudellista etua tavoittelevan yrityksen ulkoista viestintää on kanavasta riippumatta syytä pitää jonkinasteisena markkinointina. Kuvajan ja Malmelinin (2008: 39) mukaan markkinointi toimii tehokkaana

keinona yrityksen vastuullisuusideologian välittämiseen. Tämä perustuu tavoitavuuteen: mainonta saattaa herättää kiinnostusta niissäkin sidosryhmissä, jotka eivät tarkoituksellisesti hakeudu yritys vastuutietouden pariin (mp.).

2.3 Aineiston esittely ja tutkimusmenetelmät

Lassila & Tikanoja valikoitui tutkimuksen aineistolähteeksi paristakin syystä. Koska tutkielmani liittyy hankkeeseen, jonka tavoitteena on tukea Suomen asemaa kiertotalousmaana, oli ainoastaan luontevaa valita tarkastelun kohteeksi alkuperältään kotimainen yritys. Toisena valintaan johtaneena aspektina oli kiertotalousteeman runsas näkyvyys ulkoisessa viestinnässä: jo Lassila & Tikanojan kotisivujen yritysesittelyn alkusanoissa sen kerrotaan olevan ”palveluyritys, joka tekee kiertotaloudesta totta” (lt.fi/yritys). Tällä perusteella suoritettu aineistovalinta ei kuitenkaan ole ongelmallinen tai johdatteleva, sillä tutkimuksen tarkoituksena ei ole tehdä yleistyksiä siitä, kuinka suuressa roolissa kiertotalousdiskurssi on yleisemmin mainoskielessä, tai tehdä arvioita sitä hyödyntävän markkinoinnin onnistuneisuudesta.

Tässä tutkimuksessa ei oteta kantaa Lassila & Tikanojan Facebook-julkaisujen vastaanottoon eikä siihen, kuinka tietoista kielellisten tehokeinojen käyttö niissä on. Tällainen yksilöllisten motiivien tarkastelu ei ole retoriikan analysoijan tehtävänä, vaan sen sijaan tarkastelukohteena on keinojen aktuaalinen käyttö, siis toiminta seurauksineen (Jokinen 1999: 131). Näin ollen työssä tarkastellaan ja eritellään kiertotalousteeman esiin tuomiseen ja puolesta puhumiseen hyödynnettyjä kielellisen argumentaation tapoja sekä retorisia tehokeinoja sekä tutkitaan sitä, mitä näiden käytöllä pyritään saavuttamaan.

Tutkimuksen aineisto koostuu siis Lassila & Tikanojan Facebook-sivuilleen tekemistä julkaisuista koko vuoden 2019 ajalta. Aikajännettä pohtiessa pyrkimyksenä oli rajata keruuhaarukka niin, että tuloksena olisi metodologiaa laadullisine tutkimusotteineen silmällä pitäen kattava mutta kuitenkin tarpeeksi kompakti aineisto, joka mahdollistaa yksityiskohtaisen tarkastelun sekä mielekkään syvällisen analyysin. Aikarajan lisäksi tutkimukseen otettavien julkaisujen sisällön tuli käsitellä kiertotalouden aihepiiriä. Oman intuitiivisen diskurssiymmärrykseni perusteella olen valinnut tutkimukseen sellaiset julkaisut, joissa joko eksplisiittisesti mainitaan sana *kiertotalous*, tai jotka liittyvät läheisesti kiertotalousmuutoksen edistämiseen esimerkiksi kierrätykseen, kestävän kehitykseen tai jätteiden käsittelyyn liittyviä aihepiirejä esiin tuomalla (ks. Sjöblom & Virsu 2022). Toisin sanoen tutkimuksessa tarkastellaan julkaisuja, joissa argumentoidaan kiertotalouteen

kuuluviin toimintatapoihin siirtymisen puolesta. Aikavälillä tammikuu–joulukuu 2019 Lassila & Tikanoja on tehnyt yhteensä 178 Facebook-julkaisua, joista aineiston valintakriteerit täytti 105 kappaletta.

Edellä esiteltyjen aika- ja aihepiirikriteerien lisäksi tutkimuskohteen valinnassa oli käytännön syistä välttämätöntä tehdä vielä pari muuta selkeyttävää rajausta. Ensinnäkin, koska halusin pitää aikahaarukan verrattain laajana mahdollisimman monipuolisen tutkimusaineiston saavuttamiseksi, oli tutkimus keskitettävä yksiselitteisesti yrityksen omiin Facebook-julkaisuihin ja niiden kieleen. Monet Lassila & Tikanojan vuonna 2019 tuottamista Facebook-julkaisuista sisältävät esimerkiksi kuvia, videoita tai linkkejä yrityksen blogiteksteihin. Näiden sisältöjen ottaminen mukaan tarkasteluun ei kuitenkaan tämän pro gradu -työn mittakaavassa ollut mahdollista. Tarkoituksena ei kuitenkaan ole vähätellä multimodaalisuuden merkitystä someviestinnässä. Multimodaalisuuden mahdollisuuksia hyödynnetään laajasti jo aineistonikin perusteella: selkeässä vähemmistössä ovat julkaisut, joihin ei liity mitään kuvaa, videota tai linkkiä toiseen julkaisuun. Resurssirajojen huomioimisen lisäksi ratkaisun takaa löytyy kuitenkin myös toinen näkökulma: on mielenkiintoista keskittyä tutkimaan juuri sitä retoriikkaa, joka tavoittaa välittömästi julkaisun lukijan ilman vaadetta käynnistää video tai klikata linkkiä blogitekstiin.

Multimodaalisuuden rajaaminen tarkastelun ulkopuolelle koskee tutkimuksessa myös itse julkaisuja. Yksiselitteisyyden vuoksi näkökulma on puhtaasti kielessä, enkä ole tässä tutkimuksessa pyrkinyt tulkitsemaan Lassila & Tikanojan julkaisuissakin esiintyvien, sosiaalisen median kielelle hyvin tyypillisten emoji-symbolien käytön merkitystä. Epäilemättä niin emoji-ikä kuin multimodaalisuudella ylipäättäänkin vähintään konstruoidaan kieltä sosiaalisen median diskurssin ja konventioiden mukaiseksi. Ongelmallista tulkinnasta tekee se, että emoji-ikä ja näkyvyys ylipäättään vaihtelee päätelaitteesta riippuen. Näin ollen olen jättänyt emoji-ikä pois tutkielmassa esitellyistä aineistoesimerkeistä. Halutessaan julkaisuja pääsee katsomaan alkuperäisessä muodossaan Lassila & Tikanojan Facebook-sivuilla esimerkin perään merkityn julkaisupäivämäärän perusteella.

Käytännössä tämä puhtaasti kielellisiin seikkoihin kohdistuva analyysi on toteutettu keräämällä kaikki aikarajan sisälle mahtuvat julkaisut kronologisesti järjestettyyn Word-tilkkoon, josta on lähiluvun avulla ensin erotettu tutkimuksen kriteerit täyttävät julkaisut. Julkaisujen retoristen tehokeinojen analyysissä taas on hyödynnetty erityisesti Jokisen (1999) luokitusta, jota esittelen tarkemmin luvussa 3.4. Analyysitapana käytetty retorinen

diskurssianalyysi on luonteeltaan kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta, kuten diskurssintutkimus yleisemminkin. Tavoitteena ei siis ole ensisijaisesti tutkimustulosten numeerinen esittäminen, vaan tutkittavan ilmiön – kiertotalouteen kannustavan muutosretoriikan – laadullinen selittäminen ja ymmärtäminen. (ks. myös Pietikäinen & Mäntynen 2009: 139–140.) Erittelen tarkemmin retorista diskurssianalyysiä tutkimusmenetelmänä luvussa 3.3.

3 Retoriikka kielellisen vaikuttamisen tutkimuksessa

3.1 Retoriikan tutkimuksen lähtökohtia

Retoriikka-sanan alkuperä on etymologisesti jäljitettävissä sinne, minne koko ilmiön syntykin: yli 2400 vuoden takaiseen antiikin Kreikkaan (ks. esim. U. Puro 2007: 7). Käsite voidaan ymmärtää kahdella tavalla. Toisaalta käsitteellä viitataan systemaattiseen oppiin yleisöön vaikuttamaan pyrkivistä kielellisistä keinoista ja toisaalta retoriikaksi nimitetään myös näiden vaikuttamiskeinojen analyysiä (TT/käsitteet/retoriikka). Toisin sanoen retoriikka voidaan jakaa karkeasti vaikuttamiseen ja vaikuttamisen tekniikoiden tunnistamiseen. Tämä jaottelu on historiallisestikin motivoitunutta: ajallisesti suurimman osan retoriikan historiasta mielenkiinto oli käytännön kysymyksissä vaikuttavasta puhetavasta. (J-P. Puro 2005: 10.) Toisaalta vaikka vanhempaan, klassiseen retoriikkaan kuuluikin oleellisena tällainen käytännön tarpeista ammentava näkemys retoriikan opillisesta luonteesta, on jo antiikin ajoista lähtien oltu kiinnostuneita myös vaikuttamisen väärinkäytöstä sekä keinoista sen osoittamiseen (J-P. Puro 2005: 107, 10).

Jukka-Pekka Puro (2005: 7) jakaa retoriikan historian kuuteen keskeiseen kulttuurihistoriallisiin, maantieteellisiin sekä ajallisiin perustein jäsentyvään aaltoon. Hänen mukaansa retoriikan alan aaltoliikemäistä kehitystä kuvaavia jaksoja ovat: 1) antiikki, 2) kristillinen retoriikka, 3) ranskalaisen, brittiläisen ja saksalaisen kielialueen retoriikka, 4) yhdysvaltalainen retoriikka, 5) uusi retoriikka ja 6) yhteiskuntafilosofinen retoriikka. Erillisiksi aalloiksi hahmotetut ja voimakkuudeltaan vaihtelevat retoriikan aallot eivät kuitenkaan syntyneet eristyksissä aiemmista näkemyksistä vaan niitä lainaten ja jalostaen. Nykypäivän retoriikan pohja on peräisin jo antiikista, ja niin ikään siihen pohjanneen kristillisen retoriikan vaikutukset ovat olleet kauaskantoiset. (J-P. Puro 2005: 7–8.) J-P Puron jaottelussa esiintyvistä suuntauksista käsillä olevan työn kannalta oleellisin on tutkielmani teoriapohjan muodostava uusi retoriikka, jota käsittelem perusteellisemmin omassa alaluvussaan (ks. luku 3.2).

Retoriikkaa voidaan tutkia usealla kielenkäytön tasolla. Tässä tutkimuksessa tarkastelukohteena toimii argumentoinnin retoriikka. Siinä kiinnitetään huomiota kokonaisuuden vaikuttavuuden arvioinnin sijaan niihin esityksen puoliin, joilla tavoitellaan yleisön käsityksen muuttamista tai vahvistamista jonkin asian suhteen. Argumentoinnin retoriikan tutkimus taas voi painottua edelleen joko retorisesti tai formaaliseen suuntaan.

Ensimmäisessä huomio on retoristen keinojen merkityksessä vakuuttavuuden lähteenä ja jälkimmäisessä keskitytään argumenttien pätevyys arviointiin. (Palonen & Summa 1996: 10–11.) Oma tutkimukseni on esimerkki retorisesti painottuneesta argumentoinnin tutkimuksesta.

Chaïm Perelmanin (2007: 16) mukaan argumentoinnin päämääränä on esitetyn väitteen hyväksyttävyyden ja kannatettavuuden saavuttaminen sekä vahvistaminen yleisön näkökulmasta. Argumentointi ei tapahdu eristyksissä muusta todellisuudesta (mp.), vaan keskeisessä osassa siinä on puhujan suhde yleisöön. Konkreettinen tai oletettu puhuja-yleisösuhde on oleellinen osa argumentoinnin tarkastelussa, sillä argumentoinnilla tavoiteltu väitteen vakuuttavuus rakentuu vasta sen vastaanotossa. (Jokinen 1999: 128.)

Argumentoinnin tutkimuksessa argumentteja on tapana luokitella erilaisiin argumenttityyppeihin. Tällaisia ovat muun muassa kvasiloogiset argumentit, todellisuuden rakenteeseen perustuvat argumentit ja sen rakennetta luovat argumentit (ks. Perelman 2007: 58–61). Tässä tutkimuksessa ei tavoitteena kuitenkaan ole tämänkaltainen argumenttien luokittelu. Tarkoituksena on tarkastella sitä, minkälaisia argumentteja väitteiden tueksi esitetään, minkälaista retoriikkaa hyödynnetään niiden vahvistamiseksi ja miten ne rakentavat muutoksen representaatioita. Argumentoinnin ainut tavoite ei useinkaan ole pelkän hyväksynnän saavuttaminen, vaan usein päämäärä on vähintään toiminta-aktiivisuuden luomisessa (Perelman 2007: 19). Tämä toteutuu myös tutkimusaineistossa, joka argumentoi kiertotaloudelle suotuisten toimintamallimuutosten puolesta.

3.2 Uusi retoriikka

Jukka-Pekka Puro (2005: 7) toteaa retoriikan historian jaksotuksessa käyttämänsä aaltonimityksen symboloivan oivallisesti alan suosion aaltoliikemäistä vaihtelua. Uudelleen pinnalle nousu tapahtui 1950-luvulla kolmen niin sanotun uuden retoriikan edustajan Kenneth Burken, Stephen Toulminin ja Chaïm Perelmanin argumentaatiota ja retoriikkaa koskevien tutkimusten myötä. Huolimatta hyvin erilaisista lähestymistavoistaan ja tutkimuksellisista tavoitteistaan kaikkien kolmen yhtäläinen vaikutus retoriikan elpymiseen yhteiskuntatieteen alalla amerikkalaisessa ja eurooppalaisessa keskustelukontekstissa on kiistaton. Ennen Perelmania, Burkea ja Toulminia kiinnostus silloiseen retoriikkaan niin käsitteenä kuin tutkimusnäkökulmanakin oli käytännössä katsoen olematonta. (Summa 1996: 51–52.)

Edellä mainittujen teoreetikkojen edustama uusi retoriikka olikin nimensä mukaisesti uutta, ja innovatiivista siinä oli nimenomaan uudenlainen ajattelutapa. Toisin kuin klassisessa, uutta retoriikkaa edeltäneessä perinteessä, ei uudessa retoriikassa viestintä- ja puhetilanteita tarkasteltu enää käytännöllisyyteen pohjaten pelkkänä vakuuttavuuteen pyrkivänä yleisöpuheena, vaan näkökulma laajeni analyttisempaan suuntaan. Uuden retoriikan puolesta puhujien mukaan retoriikan tarkastelunäkökulman tuli olla retorisen kritiikin tyyppisessä analyysissä, erittelyssä ja tulkinnassa klassisen retoriikan käytännöllisyyttä painottavan, normatiivisen otteen sijaan. Vaikka uusi retoriikka halusi paikoin kärkkäästikin sanoutua irti klassismin perinteestä, ei yleisöpuhettakaan hylätty kokonaan, mutta painotussuhteet muuttuivat. Uuden retoriikan teoreetikkojen mukaan sitä oli pidettävä vain yhtenä retoriikan sovellusalueena eikä koko tutkimusalan ytimen muodostajana. (J-P. Puro 2005: 107–109.)

J-P Puron (2005: 8, 110) mukaan uuden retoriikan synnyn, kuten muidenkin retoriikan historian käännekohtien, tärkeänä taustavaikuttimena toimi sen aikainen kulttuurinen ja yhteiskunnallinen tilanne. Sekä sotien jälkeinen muuttunut poliittinen maailmankuva että teknologian kehittyessä lisääntynyt liikkuvuus ja monipuolistuvan viestinnän saavuttavuus paitsi muuttivat suhtautumista retoriikkaan myös loivat uusia tarpeita sen tutkimukselle. Klassisen retoriikan aikakauden yhden viestintäkanavan sijaan 1900-luvulla kaupallisen kulttuurin syntyessä kehittynyt multimodaalinen media syötti vaikuttamaan pyrkiviä viestejä samanaikaisesti monella tapaa. (J-P. Puro 2005: 109–110.) Ennen Kenneth Burken, Chaïm Perelmanin ja Stephen Toulminin tutkimuksia vallinnut vähättelevä suhtautuminen luonnollisella kielellä argumentointiin lienee tullut kyseenalaistetuksi syystäkin ihmisten herätessä esimerkiksi television mahdollistaman piilomainonnan aiheuttamiin epäilyksiin (ks. Summa 1996: 51, J-P. Puro 2005: 110). Jo antiikissa virinnyt kiinnostus vaikuttamisen väärinkäyttöön puolestaan tuli epäilemättä entistä ajankohtaisemmaksi kaupallistumisen ja mainonnan monikanavaistumisen aiheuttaman epäluuloisuuden myötä (ks. J-P. Puro 2005: 10, 110).

3.3 Retorinen diskurssianalyysi tutkimusmenetelmänä

Diskurssianalyysin yhtenä tutkimussuuntana toimii retorinen analyysi, jossa keskitytään sanoman vakuuttavuutta ja kannatettavuutta synnyttävien kielellisten merkityksentuottamisprosessien tarkasteluun. Olennaisena taustavaikuttimena tämänkaltaisessa analyysiasetelmassa toimii ympäröivän todellisuuden käsittäminen luonteeltaan tulkinnalliseksi. Tämä tulkinnallisuusnäkökulma huomioidaan kielenkäytön

tarkastelussa; sen ei esimerkiksi katsota välittävän yksiselitteistä informaatiota ulkomaailman tosiasioista tai puhujan asenteista. Retorisessa diskurssianalyysissä näkökulma onkin todellisuuden eri versioiden vakuuttavuuden ja kannatettavuuden tarkastelussa: siinä tutkitaan sitä, millä tavoin jotkin todellisuuden versiot, siis tulkinnat, pyritään saamaan kuulijalle kannatettaviksi ja sitouttamaan tämä niihin. (Jokinen 1999: 126–127.)

Tulkinnallisuuden lisäksi retorisisessa analyysissä, kuten diskurssintutkimuksessa yleisemminkin, korostuu näkemys kielenkäytön funktionaalisuudesta. Tällaisessa funktionaalisessa kielikäsitteilyssä kieli nähdään käyttökontekstisidonnaisena resurssina, joka mahdollistaa ympäröivän maailman kuvaamisen, viestinnän ja sosiaalisten suhteiden sekä identiteettien luomisen. Tämä kolmitahoisesti funktionaalinen kielenkäyttö nähdään ennen kaikkea tilanteisena: kielelliset merkitykset syntyvät sosiaalisen vuorovaikutuksen kautta siinä kontekstissa, missä kieltä käytetään. (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 14–15.)

Nykyisen diskurssintutkimuksellisen käsityksen mukaan kieli on siis kontekstin rajoissa toimiva resurssi, jonka hyödyntämistä säätelevät yhtäältä kielenkäyttäjän omat lähtökohdat ja mieltymykset ja toisaalta eri diskurssit ja kielenkäyttötilanteet sääntöineen ja toimintaperiaatteineen. Tässä näkemyksessä kielenkäytön mikro- ja makrotasot käsitetään yhdistyneiksi ja yhtä aikaa vaikuttaviksi. Kielenkäytöllisiä valintoja tehdään yhtä aikaa niin mikrotasolla kieliopin, rakenteen ja sanaston suhteen kuin diskursiivisiin ja sosiaalisiin seikkoihin liittyvien merkitysjärjestelmien makrotasollakin. Lisäksi nämä valinnat suhteutuvat aina aiempiin käyttökonteksteihin. Resurssien käyttöön liittyvät valinnat puolestaan mahdollistavat saman tapahtuman kuvaamisen eri tavoin luoden sille erilaisia merkityksiä. (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 15–16.) Retorisessa diskurssianalyysissä tarkastellaan siis sitä, kuinka näitä merkityksiä konstruoidaan kielellisten prosessien avulla kuulijalle kannatettaviksi (Jokinen 1999: 126).

Retorisessa diskurssianalyysissä korostuu näkemys argumentoinnista sosiaalisena toimintana ja tekoina, joiden pyrkimyksenä on yleensä yhtäältä oman argumentin vahvistaminen ja toisaalta vastapuolen heikentäminen (Jokinen 1999: 127). Sosiaalisen konstruktivismin perinteen mukaan kielenkäyttöön liittyvät valinnat ovat seurauksellisia. Tällä tarkoitetaan sitä, että tietynlainen kielenkäyttö rakentaa tietynlaista todellisuutta. Toisaalta suhde on kaksisuuntainen: ympäröivä todellisuus luo kontekstin, joka mahdollistaa erilaisia kielenkäytön tapoja tietyissä rajoissa. Joka tapauksessa lähtökohtana on ajatus siitä, että kielellä on valtaa. Kielenkäyttöön liittyvillä valinnoilla muokataan tieto- ja

uskomusjärjestelmiä, rakennetaan identiteettejä ja sosiaalisia suhteita. (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 17.) Samanlainen näkemys kielenkäytön vallasta sisältyy aiemmin esiteltyyn CICAT-hankkeen katalyyttiajatteluun (ks. luku 1.1). Tätä kielen muutoksellista katalyyttiasemaa mukaillen diskurssintutkimuksen kohteena kielellinen toiminta vuorovaikutuksellisine kontekstisuhteineen nähdään merkittävänä voimana yhteiskunnallisessa ja yhteisöllisessä toiminnassa (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 18).

3.4 Retoristen tehokeinojen luokittelu Arja Jokisen mukaan

Arja Jokinen (1999: 130) toteaa retoristen tehokeinojen erittelyä koskevassa artikkelissaan suostuttelun, vakuuttelun, puolustelun ja haastamisen – siis eri tavoin motivoituneen argumentoinnin – olevan suuressa roolissa kaikessa kielellisessä vuorovaikutuksessa, jossa osapuolet hyödyntävät monenlaisia retorisia keinoja näihin tekoihin. Luokitellessaan näitä tekoja Jokinen hyödyntää Jonathan Potterin sotametaforasta (ks. Potter 1996: 107) ammentavaa jakoa puolustavaan ja hyökkävään retoriikkaan. Huomionarvoista on, että kahtalainen retoriikka toimii kuitenkin keskenään pitkälti samoin periaattein. Hyökkäävä retoriikkakin, joka pyrkii vasta-argumentin heikentämiseen, pohjautuu suurelta osin samoille keinoille kuin omaa argumenttia vahvistamaan keskittyvä puolustava retoriikka, jota Jokinen pitää retorisen argumentaation perustana. (Jokinen 1999: 130–131.)

Hyödynnän tutkimusaineistoni retorisessa analyysissä juuri Jokisen (1999) kokoamaa retoristen keinojen jaottelua. Tässä jaottelussaan hän painottuu tarkastelemaan erityisesti puolustavan retoriikan keinoja. Kuten aiemmin todettua, Jokisen näkemyksen mukaan puolustava retoriikka muodostaa eräänlaisen argumentaation kivijalan, jonka toimintaperiaatteille hyökkäävä retoriikkakin pohjimmiltaan perustuu hyödyntäen samoja keinoja vain eri tarkoituksiin. Puolustavan retoriikan kivijalka-aseman lisäksi Jokinen perustelee tarkastelunäkökulmaansa lukijalähtöisesti aiheen käsittelyä selkeyttävänä sekä eri tarkoitusperistä huolimatta hyvin samankaltaisesti toimivalla argumentaatiolla.

Argumentoinnin tulee toimiakseen perustua pohjimmiltaan puolustavalle retoriikalle, jonka lisäksi hyökkäävää retoriikkaa voidaan hyödyntää tilannekohtaisena oheiskeinona. (Jokinen 1999: 131.)

Edellä esitellyn retoriikan kahtiajaon lisäksi Jokinen (1999: 132) nostaa esille uuden näkökannan, jonka perusteella puolustavan retoriikan keinoja voidaan edelleen luokitella kahteen eri kategoriaan. Ensinnäkin argumentaation vakuuttavuutta lisäävät retoriset keinot voivat liittyä väitteen esittäjään tai toisaalta keskittyä varsinaisesti tämän esittämään

argumenttiin. Ensimmäinen tapa pohjaa pyrkimykselle saada argumentin esittäjä näyttämään mahdollisimman luotettavalta ja sanoma näin ollen kannatettavalta. Toisessa tavassa taas tavoitellaan itse väitteen näyttäytymistä mahdollisimman totuudellisena ja kannatettavana. Useimmiten argumentaatioissa nämä vakuuttavuuden lisäämisen tavat kuitenkin ilmenevät toisiinsa sekoittuneina. (mts. 132–133.)

Jokinen (1999) nostaa luokittelussaan esiin seuraavat retoristen tehokeinojen tyypit: 1) etäännyttäminen omista intresseistä, 2) puhujakategorioilla oikeuttaminen, 3) liittoutumisasteen säätely, 4) konsensuksella tai asiantuntijan lausunnolla vahvistaminen, 5) tosiasiapuhe, 6) kategorioiden käyttö, 7) yksityiskohdilla tai narratiiveilla vakuuttaminen, 8) numeerinen ja ei-numeerinen määrällistäminen, 9) metaforat ja 10) ääri-ilmaisujen käyttäminen. Näistä neljä ensimmäistä liittyvät Jokisen (mts. 133) mukaan selvemmin argumentin esittäjän vakuuttavuuden ja luotettavuuden lisäämisen ja loput (5–10) itse argumenttiin. Näiden kategorioiden käsittelyä kirjoittaja perustelee sillä, että edellä mainitut retoriset keinot ovat nousseet useasti esiin argumentaatiota käsittelevissä empiirisissä tutkimuksissa. Näiden lisäksi vähemmän frekventeistä retorisisista keinoista mainitaan kolmen lista, kontrasti, toisto sekä mahdolliselta vasta-argumentilta suojautuminen. (Mts. 152.)

4 Muutoksen representaatiot

4.1 Representaation käsitteestä tässä tutkimuksessa

Representaatio on sekä tieteen että taiteen tutkimuksessa laajalti problematisoitu käsite. Monitieteisesti hyödynnettyä käsitettä on kritisoitu rönsyilevyydestä ja laaja-alaisen käytön kattavan yleisluonnehdinnan puuttumisesta. Käsitteellä voidaan asiayhteydestä riippuen viitata esimerkiksi taiteelliseen kuvaamiseen, kielelliseen esittämiseen, poliittiseen edustamiseen, semanttiseen merkitsemiseen tai visuaaliseen havainnollistamiseen. (Knuuttila & Lehtinen 2010: 8–10.) Yksiselitteisen suomennoksen puutteesta huolimatta käsite representaatio ymmärretään yleensä jonkin asian tai ajatuksen esittämiseksi sanallisten, äänellisten tai kuvallisten merkkien avulla (Seppänen & Väliverronen 2013: 92). Muun muassa verbin *edustaa* on ehdotettu muodostavan termin nykymerkityksen. Joka tapauksessa perinteisen käsityksen mukaan representaatiot hahmotetaan eräänlaisiksi objekteiksi, tiloiksi tai ominaisuuksiksi, joilla on itsensä ulkopuolelle kohdistuva viittaussuhde. (Knuuttila & Lehtinen 2010: 10–11.)

Monitahoisesti hyödynnetyn käsitteen häilyvyyttä hillitäkseni totean, että tässä kielitieteen alaan kuuluvassa tutkimuksessa representaatiota käsitellään nimenomaan kielellisen esittämisen kannalta. Konstruktivistisen kielikäsitteen mukaan kielenkäyttö rakentaakin representaatioiden kautta maailmaa sen ilmiöitä, toimijoita sekä näiden välisiä suhteita kuvaamalla (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 57). Tarkoitodellisuuden kuvaaminen eli viestintä puolestaan perustuu olennaisesti valintojen tekemiselle. Valintojen tekeminen on välttämätöntä, sillä kaiken viestiminen on paitsi epätarkoituksenmukaista myös mahdotonta. Tekstimerkitysten hahmotuksessa siis joko tietoisesti tai tiedostamatta asetetaan tietyt asiat etualalle suhteessa toisiin. Kielenkäytön valikoiva luonne onkin vuorovaikutukselle konventionaalista. Viestiessä pyritäänkin esimerkiksi vastaanottajan näkökulmasta riittävän, muttei liiallisen informaatiomäärän välittämiseen. Tämä on yksi vuorovaikutuksen periaatteista, niin sanotuista Gricen maksiimeista, joihin kuuluvat myös todenmukaisuuden, asiaankuuluvuuden sekä selvyyden ja järkevyyden odotukset viestin suhteen. (Saukkonen 2001: 30–31.)

Pietikäinen ja Mäntynen (2009: 57) määrittelevät representaation olevan merkityksen tuottamista kielen tai jonkin muun merkitysjärjestelmän avulla. Ympäristöongelmiin liittyvän keskustelun tutkimuksessa on representaation sijaan hyödynnetty myös kehyksen ja

kehystämisen käsitteitä (ks. esim. Virsu & Sjöblom 2020). Tällöin kehystäminen ymmärretään eri medioiden tapana jäsentää kokonaisuudeksi yksittäisiä tapahtumia ja ilmiöitä. Kehystäen luodulla kokonaisuudella taas hahmotetaan olevan omat syynsä sekä seurauksensa. Yksittäisiä ilmiöitä ja tapahtumia voidaan esittää eri tulkintakehysten avulla, jolloin myös niiden merkitys hahmottuu erilaisena. Kehystämisen erilaisia tulkintakehyksiä luodaankin käyttämällä erilaisia kielellisiä tai visuaalisia symboleita, kuten metaforia, esimerkkejä, iskulauseita tai kuvia. Näin ollen kehystämisen oleelliseksi hahmottuu se, kuinka ongelma nimetään ja millaiseksi se kuvataan. (Väliaverron 1997: 190.)

Tässä työssä käyttämäni representaation käsite tulee lähelle kehyksen käsitettä: myös representaation tutkimuksessa on kyse erilaisten kuvaus-, nimeämis- ja määrittelytapojen tarkastelusta. Väliaverron (1997: 190) esittää kehystämisen vaikuttavan ympäristöongelmien syiden ja ratkaisutapojen tulkintaan. Seuraavaksi tässä luvussa esitän, että sama periaate toteutuu myös muutoksen representaatioiden kohdalla. Representoimalla muutos tietynlaisena ohjataan vastaanottajan tulkintaa paitsi ongelman ja muutostarpeen syntymisestä myös tilannetta helpottavista ratkaisukeinoista.

4.2 Muutoksen representaatiotyypit aineistossa

4.2.1 Mahdollinen muutos

Muutoksen representaatioon liittyy tyypillisesti ajoittaista epävarmuutta ja epätietoisuutta (Virsu 2012: 82). Nämä piirteet on helppo ymmärtää muutosta ajavaa argumentointia heikentäväksi, sillä epävarmuus ja epätietoisuus negatiivisine konnotaatioineen tuskin saisivat vastaanottajassa aikaan positiivista, luottavaista ja sitoutuvaa vastareaktiota. Haluttaessa argumentoida vastaanottajan muutospositiivisuuden puolesta on siis luonnollisesti myös representoitava muutos hyvänä sekä vastaanottajalle edullisena asiana. Tämä näkyikin aineistossa ennen kaikkea siten, että epävarmuuden ja epätietoisuuden miellelyhtymiä häivyttäen tämä haluttu muutos representoidaankin varmana, täysin mahdollisena ja toteutumiskelpoisena asiana.

Mahdollisen muutoksen representaatio toteutuu aineistossa ensinnäkin tietyyntyyppisissä julkaisuissa, joita nimitän tässä tutkimuksessa onnistumisraporteiksi. Näissä niin sanotuissa onnistumisraporteissa nimensä mukaisesti kerrotaan jostakin muutoksen puolesta onnistuneesti toteutetusta teosta tai tapahtumasta, johon ollaan tyytyväisiä ja jota kuvataan positiivisin sanankääntein. Havainnollistan tätä seuraavissa esimerkeissä:

(1) Iso Omena on saanut vähennettyä sekajätteen määrää 15% vaikka kauppakeskuksen kävijämäärät ovat yli kaksinkertaistuneet. Kauppakeskusta hallinnoiva Citycon Suomi on saanut urakassa apua esimerkiksi L&T:n ympäristökoordinaattorilta. (L&T 19.3.2019.)

(2) Akateeminen Kirjakauppa - Akademiska Bokhandeln ja L&T keräsivät maaliskuun alussa kirjoja hyväntekeväisyyttä ja kierrätystä varten. Keräys oli huippumenestys ja Hope - Yhdessä & Yhteisesti ry vastaanotti kirjat tällä viikolla! (L&T 21.3.2019.)

Esimerkkien 1 ja 2 onnistumisraporteissa kerrotaan kahdesta saavutetusta etapista kiertotalouden saralla. Esimerkissä 1 kierrätystilanteen edistymisessä onnistumista implikoidaan *vähentää*-verbin perfektimuodolla. Perfektin käyttäminen ohjaa lauseen aspektuaalista tulkintaa avoimeksi ja jatkuvaksi: vähentämisessä on paitsi onnistuttu menneisyydessä, mutta toiminta jatkuu todennäköisesti edelleen nykyhetkessä tai tulevaisuudessa. Esimerkissä 2 puolestaan esitetään kierrätystapahtuman olleen *huippumenestys*. Tällainen ääri-ilmaisu, kuten myös esimerkissä 1 hyödynnetty määrällistäminen (*15%, yli kaksinkertaistuneet*) retorisisina tehokeinoina lisäävät vaikutelmaa tapahtumien onnistuneisuudesta sekä merkityksellisyydestä. Esimerkissä 2 määrällistämisen tehoa lisää vielä kontrastointi: huolimatta vaikeasta tilanteesta, eli kävijämäärien kovasta noususta, jätteen vähentämisen tavoitteessa on onnistuttu näinkin hyvin.

Edellä esiteltyjen onnistumisraporttien käytössä muutoksen mahdollisuuden konstruointiin on mielenkiintoista se, että onnistumisraporteissa etualalla on Lassila & Tikanojan sijaan muiden tekijöiden, useimmiten toisten yritysten, onnistuminen kiertotaloustavoitteiden edistämisessä. Lassila & Tikanojalla puolestaan esitetään näissä yhteyksissä olevan jonkinlaisen avustajan, mahdollistajan tai tasavertaisen yhteistyökumppanin rooli. Nostamalla esiin muiden tahojen onnistumisia omien sijaan sanomalle tavoitellaan pyyteetöntä vaikutelmaa. Puhujan omien intressien häivyttämisen lisäksi muiden tekijöiden onnistumisten esittelyssä saattaa olla kyse myös siitä, että muutoksen mahdollisuus pyritään esittämään kaikkia koskevana. Jos onnistujana esitettäisiin pelkästään oma yritys, vaikutelma kokonaisvaltaisesta yhteiskunnallisesta pystyvyydestä jäisi todennäköisesti syntymättä.

Uskoa muutoksen mahdollisuuteen siis pyritään luomaan kertomalla siitä, kuinka joku muukin henkilö, yritys tai muu toimija jossain on jo kerran aikaisemminkin vastaavassa onnistunut. Muutoksen onnistumiseen liittyvän epävarmuuden häivyttämisen kannalta onkin huomattavaa, että onnistumisraporttien tapahtumat esitetään jo tapahtuneina, konkreettisina ja onnistuneina toimina muutoksen hyväksi. Ne esitetään mennessä aikamuodossa, joko ennen

lukuhetkeä päättyneinä tai edelleen mahdollisesti jatkuvina, kuten esimerkissä 1, jossa perfektimuotoinen *on saanut vähennettyä* viittaa todennäköiseen jatkuvuuteen.

Edellä esitetyn valossa hieman paradoksaalisesti voi todeta, että mahdollisen muutoksen representaatiota luotaessa muutosta ei esitetäkään ensisijaisesti vain mahdollisena, konditionaalein ilmaistuna tulevaisuuden vaihtoehtona, vaan menneessä ajassa toteutettuina, todella tapahtuneina tekoina. Tämän lisäksi myös tulevaisuuteen sijoittuvat tai meneillään olevat tapahtumat esitetään preesensissä tai futurissa varmasti toteutuvina, onnistuvina tekoina. Tämä näkyy seuraavissa esimerkeissä:

(3) L&T ja Kespro vähentävät yhteistyössä messumailman hiilijalanjälkeä! Nimittäin Kespro-messuilla Rovaniemellä ja Helsingissä messujätteet kierrätetään kokonaisuudessaan hiilineutraalisti. (L&T 19.9.2019.)

(4) Ympäristöpalveluiden yksikkömme Jyväskylässä vastaanotti viime viikolla uudet biokaasulla toimivat jäteautot. Biokaasuautot tulevat keräämään esimerkiksi biojätettä, josta valmistetaan biokaasua, jolla kuljetetaan biokaasuautoa, joka kerää biojätettä, josta valmistetaan biokaasua... (L&T 25.6.2019.)

Esimerkissä 3 esitetään totena, että julkaisun toimijoiden ansiosta messujätteet kierrätetään kokonaisuudessaan hiilineutraalisti joko parhaillaan, tulevaisuudessa tai ylipäänsä aina. Esimerkissä 4 taas viitataan selvästi tulevaisuuteen, edelleen esittäen *tulla-*verbin avulla tosiasialliseksi ja varmaksi tapahtumaksi sen, että *Biokaasuautot tulevat keräämään esimerkiksi biojätettä*. Kuten kaikista aiemmista esimerkeistä on käynyt ilmi, muutoksen representaatioon liittyvää epävarmuutta häivytetään esittämällä sitä edistävät tapahtumat nimenomaan varmoina, joko menneessä onnistuneesti tapahtuneina tai tulevaisuudessa varmasti tapahtuvina.

Edellä esitellyn kaltaisten muutoksen mahdollisuuden varmuutta konstruoivien ilmaisutapojen lisäksi aineistossa esiintyy myös eräänlaista rohkaisupuhetta. Tämän tyyppisissä julkaisuissa sanoma on kannustava, ja niihin liittyy vastaanottajan puhuttelu:

(5) Vielä ehtii tehdä Kinkkutempun! Jos et kierrätä joulunajan paistinrasvoja muilla tavoin, kierrätä rasvat esimerkiksi tyhjässä kartonkitölkissä Kinkkutempun kierrätyspisteeseen. Lähimmän pisteen löydät osoitteesta: kinkkutempu.com. Saa suorittaa! (L&T 31.12.2019.)

(6) Kierrätysflow maksimoitu tänäkin viikonloppuna yhdessä Flow-festareiden kanssa letkeää festarikansaa varten. Kiitos kun kierrätät - myös muovit! Muovimuovilla olemme mukana ratkaisemassa Suomen muovihaastetta. Muovimuovi tarkoittaa konkreettisia tekoja, joilla yhä suurempi osa meidän

suomalaisten muoveista saadaan kiertämään uusien tuotteiden raaka-aineeksi.
(L&T 9.8.2019.)

Esimerkissä 5 vastaanottajaa rohkaistaan toimimaan esittäen, että se on vielä täysin mahdollista. Alun nollapersoonainen ilmaus implikoi, että kuka tahansa ehtii ja pystyy siihen. Toisin toimiminen, siis kierrättäminen kierrättämättä jättämisen sijaan, konstruoidaan viestin vastaanottajalle toteuttamiskelpoiseksi teoksi, johon kannustetaan puhuttelemalla imperatiivein. Esimerkissä 6 taas vastaanottajaa puhutellaan kiittämällä asemoiden tämä yksiselitteisesti osaksi toisin toimijoiden joukkoa. Vaihtoehto siitä, ettei viestin vastaanottaja kierrättäisi muoveja tai ylipäätään mitään poissuljetaan *kun*-konjunktiota käyttämällä.

Yhtä kaikki muutos siis representoidaan mahdolliseksi esittämällä sen onnistuminen varmana. Esitellyissä esimerkeissä huomionarvoista on, että onnistumisraporteissa esitellään toisena suorittajana usein myös toinen taho Lassila & Tikanojan lisäksi. Erääksi muutoksen mahdollisuuden edellyttäjäksi nostetaankin aineistossa yhteistyö, jonka rooli on julkaisuissa niin näkyvä, että katson sen muodostavan oman representaationsa, yhteisen muutoksen representaatiotyypin, jota käsitelen seuraavassa alaluvussa.

4.2.2 Yhteinen muutos

Yhdeksi keskeisistä muutoksen representaatioista hahmottuu sen yhteisöllisyys. Näkemys yhteistyön ja joukkovoiman merkityksestä muutoksen toteutumisessa tuodaan aineistossa jopa suorasanaisesti esiin, kuten seuraavissa esimerkeissä:

(7) Lore ja meidän Tiina suorittivat kunniakkaasti #munmuovimuuvi'a K-Team Päivillä viikonloppuna. Kiertotalouteenhan tarvitaan yhteistyötä ja oikeaa asennetta! (L&T 5.11.2019.)

(8) Yhteisten projektien onnistumisessa on alleviivaus nimenomaan järeässä yhteistyössä. Isot ja pienemmätkin organisaatiot saavat merkityksellisiä muutoksia aikaan kun lyödään yhdessä viisaat päät yhteen. Meiltä niitä kiertotalouden käytännöntekijöitä löytyy! (L&T 9.10.2019.)

Sekä esimerkissä 7 että esimerkissä 8 todetaan, että muutoksen onnistumiseen tarvitaan *yhteistyötä*. Lisäksi esimerkissä 7 korostetaan *oikean asenteen* merkitystä. Muutos siis konstruoidaan paitsi toiminnalliseksi myös asenteelliseksi muutokseksi. Jo esimerkin 8 alussa taas muutosta nimitetään *yhteiseksi projektiksi*, jonka onnistumisessa niin isommilla kuin pienemmilläkin tekijöillä on merkitystä. Tällä luodaan mielikuvaa, jonka mukaan kaikilla on mahdollisuus edistää toiminnallaan muutosta. Korostamalla yhteistyön mahdollisuuksia muutosprosessissa puhuja ikään kuin varautuu jo ennalta yleisesti ympäristökeskustelussa

kuultuun vasta-argumenttiin siitä, ettei yksilön hyvillä teoilla ole merkitystä niin kauan kuin suuremmat tahot toimivat moninkertaisesti haitallisemmin. Yhteistyön voimakkuuden mielikuvaa esimerkissä 8 taas konstruoidaan erityisesti sanavalinnoin, kuten suurentavin adjektiivein ilmauksissa *järeässä yhteistyössä* ja *merkityksellisiä muutoksia*. Samassa esimerkissä esitetään, että onnistumisessa *on alleviivaus* järeässä yhteistyössä. Lisäksi molempien esimerkkien lopussa esiintyvät kannustavat huudahdukset korostavat entisestään yhteistyön asemaa voimakkaana, mahdollistavana ja suorastaan mahtipontisena.

Yhteisen ja yhteistyöllä saavutettavan muutoksen representaatiota kuvataan aineistossa suurten tekojen mahdollistajana. Tätä tukevat jo edellä esitellyn kaltaiset tekojen suuruuteen, voimakkuuteen ja merkityksellisyyteen viittaavat sanavalinnat sekä retorisisista keinoista kvantifiointi, joka havainnollistuu seuraavassa esimerkissä:

(9) Kinkkutemppu teki ennätyksen ja innosti 185000 kotitaloutta kierrättämään joulun paistinrasvat uusiutuvaksi polttoaineeksi! Kinkkurasvoista tehdyllä uusiutuvalla dieselillä voitaisiin ajaa liki 18 kertaa maapallon ympäri. Näin isoja käytännön kiertotalouden tekoja saadaan aikaan, kun eri toimijat yhdistävät taitonsa! (L&T 20.2.2019.)

Kvantifioinnilla eli määrällistämällä tarkoitetaan numeeristen ja ei-numeeristen määränilmausten käyttöä oman argumentin tukemiseen tai vasta-argumentin heikentämiseen (Potter ym. 1991: 333). Esimerkissä 9 numeerista kvantifiointia edustavat ilmaukset *185000 kotitaloutta* ja *liki 18 kertaa maapallon ympäri*. Adjektiivi *iso* puolestaan ilmauksessa *näin isoja käytännön kiertotalouden tekoja* on esimerkki ei-numeerisesta määrällistämisestä. Sekä numeerisen että ei-numeerisen kvantifioinnin tehtävä on kuitenkin esimerkissä 9 sama: luoda mielikuvaa yhteistyön voimakkuudesta ja sillä saavutettavien tekojen merkittävydestä. Määrällistämällä voikin olla argumentoinnissa kontekstistaan riippuen erilaisia tehtäviä, joita ovat esimerkiksi oikeuttaminen, kehuminen tai syyttäminen (Jokinen 2016: 359). Representoitaessa yhteistyötä suurten muutosten mahdollistajana esimerkin 9 kaltaista kvantifiointia käytetäänkin juuri yhteistyön kehumiseen.

Suorasanaisen yhteistyön puolesta puhumisen lisäksi yhteisöllisyyden merkitystä korostetaan myös monipuolisella me-retoriikan käytöllä. Sitä käytetäänkin tyypillisesti instituutiopuheessa, jossa viestille halutaan saada yksittäisen edustajan sijaan koko instituution tarjoama suoja (Jokinen 2016: 351). Yhteisen muutoksen representaation kohdalla me-retoriikalla on kuitenkin ensisijaisesti yhteisöllisyyttä rakentava tehtävä. Käyttämällä *me*-muotoa argumentoinnissa puhujan välittämä kuva edustamastaan tahosta myös muodostuu

nähdäkseni vastaanottajan kannalta inhimillisemmäksi ja sitä kautta lähestyttävämmäksi sekä välittävämmäksi. Tarkastellaan tätä seuraavan esimerkin kautta:

(10) Haluamme L&T:llä mahdollistaa yhä useammalle suomalaiselle vaivattoman muovijätteen lajittelun kotona ja työpaikalla. Haastammekin nyt itsemme, yritykset, kuluttajat ja päättäjät mukaan Muovimuuviin, jotta miljoona suomalaista saataisiin muovinkeräyksen piiriin vuoteen 2020 mennessä. Samalla haluamme löytää uusia kierrätykseen soveltuvia materiaalivirtoja ja edistää kiertotaloutta maanlaajuisesti. (L&T 4.4.2019.)

Esimerkissä 10 puhuja käyttää monikon kolmatta persoonaa tuodessaan esiin yrityksen haluja ja tavoitteita kiertotalouden vaatiman muutoksen edistämisen suhteen. Tällä tavoin puhuja esiintyy yhtenäisenä, tasavertaisena ja ennen kaikkea inhimillisenä toimijajoukkona, jolla on yhtäläiset toimintatavat ja tavoitteet. Jos sitä vastoin argumentoitaisiin esimerkiksi pelkän yrityksen nimellä, jäisi puhujatulkinna puuttumaan ainakin monikon kolmannen persoonan tarjoama suuremman joukon tuki. Esimerkin 10 aloittavalla ilmauksella *haluamme L&T:llä* implikoidaankin, että kyseessä on koko Lassila & Tikanojan henkilöstön jakama toive ja tavoite. Käyttämällä muotoa (*me*) *haluamme* toistamiseen viestin puhujaa inhimillistetään uudelleen. Sen sijaan, että argumentoitaisiin etäisesti pelkän suuren kansallisen yrityksen nimissä, *me*-muodon käytöllä muistutetaan vastaanottajaa siitä, että viestin ja yrityksen takana on suuri joukko oikeita, samanlaisesti orientoituneita ihmisiä.

Paitsi että esimerkissä 10 *me*-retoriikka toimii puhujan inhimillistäjänä, sillä on myös yhteisöllisyyttä ja samanarvoisuutta rakentava tehtävä. Ilmauksella *haastammekin nyt itsemme, yritykset, kuluttajat ja päättäjät mukaan Muovimuuviin* osoitetaan ennen kaikkea jokaisen erilaisen toimijan kykyä osallistua muutokseen. Puhuja myös asettaa itsensä viestin vastaanottajan kanssa samalle viivalle velvoitteiden suhteen: haaste on yhtä lailla osoitettu niin puhujalle itselleen kuin muillekin.

Yhtenä aspektina yhteisen muutoksen representaation konstruoinnissa toimivat aiemmin jo mahdollisen muutoksen representaation yhteydessä mainitut onnistumisraportit (ks. luku 4.2.1). Onkin huomattava, että aineistosta hahmottuvat representaatiotyypit eivät ole ehdottoman tarkkarajaisia, ja samoja kielellisiä argumentointitapoja saatetaan hyödyntää useamman eri representaatiotyypin luomisessa. Usein lopullinen representaatiotulkinta syntyy kokonaiskuvaa tarkasteltaessa, ja samanlainen argumentaatiotapa tai retorinen tehokeino saattaa tuottaa eri konteksteissa hyvinkin erilaisia tulkintoja eri funktiota toteuttaen. Tästä esimerkkinä toimii aiemmin tässä luvussa mainittu *me*-retoriikka, joka tavallisimman

retorisen tehtävänsä sijaan toteuttaakin yhteisen muutoksen representaation kohdalla yhteisöllisyyttä rakentavaa tehtävää.

(11) Hienoa Sello eli Suomen ensimmäinen toiminnaltaan #hiilineutraali kauppakeskuskiinteistö! Sellon kumppanina olemme jo vuodesta 2017 asti mitätöineet Sellon jätehuollon aiheuttamat CO2 päästöt EU:n päästökauppajärjestelmässä. (L&T 24.9.2019.)

(12) Pienelläkin ajatuksella voi olla suuret juuret ja seuraamukset! Yhteistyössä kolmen suuren suomalaisen toimijan kesken loimme uudenlaisen suljetun kierron ennen energijakeeksi kulkeutuneelle Keskon leikkokukkaämpärille. Yhdessä Orthexin kanssa luomme siitä uuden uusiomuovisen kukkaruukun! Eikö olekin siistiä?! (L&T 17.10.2019.)

Esimerkkien 11 ja 12 kaltaisten onnistumisraporttien avulla yhteisen muutoksen representaatiota rakennetaan tuomalla esiin onnistuneissa projekteissa toimineita yhteistyökumppaneita. Tällaisten onnistumisraporttien esittelyssä painotetaan nimenomaan yhteistyön merkitystä onnistuneiden tekojen taustalla. Oleellista on, että toiminnassa esitetään olleen osallisena paitsi puhuja myös toinen ulkopuolinen osapuoli, eikä vain jompaakumpaa. Näiden onnistumisraporttien funktiona yhteisen muutoksen representaation luonnissa on siis yhteistyön ja kumppanuuden merkityksen korostaminen. Nykyisin yleisen verkostomaisen yritystoiminnan aikakaudella yrityksillä onkin tapana nimittää kanssatoimijoitaan juuri kumppaneiksi korostaen sitoutuneisuutta sekä kumppaneiden etulyöntiasemaa kilpailijoihin nähden (Kuvaja & Malmelin 2008: 116). Tämä on nähtävissä esimerkissä 11. Kumppanuuden korostamisen lisäksi esimerkissä 11 yhteistyön merkityksellisyyttä konstruoidaan määrällistämällä: *jo vuodesta 2017 asti* ja ääri-ilmaus *mitätöineet* alleviivaavat teon merkityksellisyyttä.

4.2.3 Hyödyllinen muutos

Jotta puhuja pystyisi vakuuttamaan vastaanottajan muutoksen kannatettavuudesta, on muutos luonnollisesti esitettävä vastaanottajalle positiivisena asiana. Yksi aineistossa näkyvistä muutoksen representaatiotyypeistä onkin hyödyllisen muutoksen representaatio, jossa muutos konstruoidaan paitsi vastaanottajaa hyödyttäväksi myös muuten yleishyödylliseksi: edulliseksi ja luontoa säästäväksi. Ainoa, jonka ei kuitenkaan varsinaisesti esitetä hyötyvän muutoksesta, on itse puhuja.

Eräs pääasiallisesti argumentin esittäjän luotettavuutta lisäämään pyrkivä retorinen keino onkin etäännyttäminen puhujan omista intresseistä. Vakuuttavuuden lisääminen tällä tavoin

perustuu huomiolle siitä, että vastaavasti oletettaessa argumentin esittäjän ajavan omaa tai edustamansa tahon etua, on yleisön vakuuttaminen hankalaa. Näin ollen sanoman vakuuttavuutta pyritään lisäämään etäännyttämällä puhujan intressit varsinaisesta väitteestä. (Jokinen 1999: 133.) Seuraavat esimerkit havainnollistavat tätä ulkopuolisen hyötyjän näkökulmaa:

(13) Lassila & Tikanojan uusi Muovinaattori hoitaa haasteellisimmatkin muovit maamme teollisuuden raaka-aineeksi. Muovi ei siis tuhoudu polttamalla tai kulkeudu Aasiaan muiden murheeksi, vaan kiertää meidän kaikkien – ja ympäristön – hyväksi. (L&T 5.9.2019.)

(14) Pienennä sähkölaskuasi -päivää vietetään tänään, eli nyt on taas mitä paras hetki pohtia kuinka sähkön käytöstä aiheutuvaa kuormaa omalle kukkarolle ja yhteiselle luonnolle voisi vähentää. (L&T 10.1.2019.)

Sekä esimerkissä 13 että esimerkissä 14 puhujan intressien etäännyttäminen tapahtuu ensinnäkin kollektiivisen hyödyn korostamisella. Muovin kierrättämisen kannattavuutta perustellaan yhtäältä yhteisellä hyödyllä ja ympäristönäkökulmalla. Hyötyjiksi esitetään esimerkissä 13 yleisluontoisesti *meidät kaikki* sekä *ympäristö* ja esimerkissä 14 sähkön käytön kuormittavuuden vähentämisen puolesta argumentoitaessa *yhteinen luonto* ja *oma kukkaro*. Toisaalta hyötyjänäkökulmaa myös rajataan retorisella vastakkainasettelulla: Aasiassa muovi on *muiden murhe*, mutta Suomessa Lassila & Tikanojan teknologian mahdollistamana *maamme teollisuuden raaka-ainetta*.

Vaikka itse puhujan hyötymistä sanoman kannattamasta toiminnasta ei toisaalta kiistetä, ei sitä myöskään tuoda tekstissä eksplisiittisesti ilmi vaan hyötyjäksi esitetään jokin puhujaa laajempi kokonaisuus, johon väitteen esittäjän voi joko ajatella kuuluvan tai sitten ei. *Me*-pronominin omistusliitteinen muoto, kuten esimerkin 13 *meidän kaikkien - - hyväksi* ohjailee melko selkeästi puhujan sisältävään tulkintaan, mutta *maamme teollisuuden* osalta viittaussuhde ei olekaan niin yksiselitteinen. Esimerkissä 14 puolestaan hyötyjä on vielä selkeämmin muu kuin puhuja: jo *Pienennä sähkölaskuasi* -päivänimen yksikön toisen persoonan imperatiivimuoto saa ajattelemaan säästön kohdistuvan joko juuri lukijan tai vastaavasti kenen tahansa omalle kukkarolle. Taloudellisen hyödyn näkökulma on nostettu esiin myös seuraavassa esimerkissä:

(15) Uusi L&T Smartti kokoaa kiinteistön energiatehokkuutta parantavat palvelut saman katon alle. Smartin avulla saadaan tunnistettua ja korjattua kiinteistön energiankulutuksen ongelmakohdat. Tuloksena on energiatehokas kiinteistö ja jopa puolittuneet sähkölaskut! (L&T 1.4.2019.)

Esimerkissä 15 rinnastetaan keskenään kaksi hyötynäkökulmaa: ympäristöystävällinen energiatehokkuus sekä taloudellista etua tuovat pienentyvät sähkölaskut. Tämän mahdollistajana esitetään olevan uusi teknologia L&T Smartti, joka tuo ratkaisun kiinteistön energiankulutuksen ongelmakohtiin. Erilaisten uusien teknologioiden esittelyllä onkin näkyvä rooli aineiston muutoshakuisessa viestinnässä. Niiden kuvataan hyödyttävän laaja-alaisesti sekä viestin vastaanottajaa että ympäristöä. Yhtäaikaisen taloudellisen ja ympäristöllisen hyödyn korostamisella vastataan mahdolliseen käsitykseen siitä, että kiertotalouden toteuttaminen olisi kallista. Asian esitetään olevan päinvastoin: kiertotalouden toteutumista vauhdittavat uudet teknologiat ja toimintatavat itse asiassa laskevat kustannuksia aiempaan verraten.

Hyödyllisen muutoksen representaatioissa hyötyjäksi voidaan nostaa myös tietty ihmisryhmä, kuten seuraavassa esimerkissä lapset:

(16) Tänään vietetään sekä lasten oikeuksien päivää että jätteen vähentämisen viikkoa. Molemmat parantavat lapsiemme tulevaisuutta - lapsilla on oikeus puhtaaseen ja elinkelpoiseen, turvalliseen ympäristöön ja tulevaisuuteen. Lastemme tulevaisuus ei saa olla näkymätöntä, vaan meidän on nähtävä se - ja ryhdyttävä toimiin! #Kiertotalous on siitä hienoa, että kaikki on kotiin päin! (L&T 20.11.2019.)

Esimerkissä 16 todetaan sekä lasten oikeuksien päivän että jätteen vähentämisen viikon parantavan lasten tulevaisuutta. Kiertotalousmallin mukaisen toiminnan eli jätteen vähentämisen esitetään asettavan lapset hyötyjäasemaan, jossa etuina ovat puhdas, elinkelpoinen ja turvallinen ympäristö sekä tulevaisuus. Esimerkin lopun ilmauksessa puolestaan tuodaan esiin yleisluontoisemman edun näkökulma. Kiertotaloutta kuvataan *hienoksi*, sillä *kaikki on kotiin päin*. Tämä implikoi sitä, että jokainen kiertotalouden toimintamalleja toteuttava teko tuo mukanaan hyötyä. Hyödyllisen muutoksen representaation lisäksi esimerkissä argumentoidaan myös sen välttämättömyyden puolesta. Aineiston analyysi onkin osoittanut, että representaatiot eivät ole mitenkään tarkkarajaisia, eikä yhden julkaisun useinkaan voi tulkita edustavan puhtaasti vain yhtä muutoksen representaatiotyyppiä. Päinvastoin representaatiotyypit limittyvät, ja samojakin kielellisiä keinoja voidaan hyödyntää eri representaatiotyyppien konstruointiin. Käsittelen esimerkkiä 16 välttämättömyyden ilmaisun kannalta luvussa 4.2.5.

Tietyn ihmisryhmän tai ylipäätään ihmisten hyötynäkökulman esiintuonnin lisäksi hyötyjänä voidaan esittää myös pelkästään ympäristö. Tavallisimmin ympäristönäkökulman rinnalle kuitenkin nostetaan myös ihmishyötyjä. Tämä havainnollistuu seuraavissa esimerkeissä:

(17) Tänään klo 20.30 vietämme Earth Hour -ilmastotapahtumaa muun muassa L&T:n pääkonttorissa, eli sammutamme valot tunniksi eleenä ilmaston ja ympäristön hyväksi. Liikenteessä pidämme kuitenkin valot kirkkaasti päällä, yhteisen turvallisuuden hyväksi. (L&T 30.3.2019.)

(18) Hyvää maailman vesipäivää! Tiesitkö, että yksi litra öljyä riittää pilaamaan jopa miljoona litraa puhdasta vettä? Oikein huollettu öljynerotuskaivo suojaa vesistöjä luonnonvahingoilta ja esimerkiksi autotallin omistajan lompakkoa saasteiden siivoamisen kustannuksilta. (L&T 22.3.2019.)

Esimerkissä 17 kerrotaan Lassila & Tikanojan pääkonttorilla vietettävän Earth Hour -ilmastotapahtumaa, jossa valojen sammutuksen esitetään olevan ele ilmaston ja ympäristön *hyväksi*. Toiminnan hyötyjäksi siis hahmottuu yksiselitteisesti ympäristö ja ilmasto, eikä esimerkiksi mahdollista taloudellisen hyödyn näkökulmaa tuoda ilmi. Toisaalta esimerkki jatkuu toteamuksella siitä, että muussa toiminnassa huomioidaan kuitenkin ensisijaisesti *yhteinen turvallisuus*. Esimerkissä 18 puolestaan hyödyt on asetettu rinnakkaisiksi: ennaltaehkäisevällä toiminnalla on yhtä lailla hyötyä ympäristön kannalta kuin taloudellisestikin. Taloudellisen tai muun viestin vastaanottajalle implikoidun hyödyn esiin tuonnilla pyritään nähdäkseni konkretisoimaan yleisemmin abstraktimmaksi koetun muutoksen hyödyllisyyttä. Yksilölle kohdistuvan ja konkreettisemmän hyödyn korostamisella on mahdollista lisätä viestin kannatettavuutta.

4.2.4 Käytännöllinen muutos

Edellä käsitellyissä representaatiotyypeissä muutosta on kuvattu kannustavasti sekä mahdolliseksi että hyödylliseksi. Tämän lisäksi yhteisen muutoksen representaation kohdalla on korostettu yhteistyön merkitystä muutosprosessissa. Erityisesti muutoksen kollektiivista luonnetta korostaviin representaatiotapoihin liittyy myös käytännön puolta esiintuova argumentaatio, joka hahmottuu aineistossa omaksi representaatiotyypikseen. Tämä on käytännöllisen muutoksen representaatio, joka tulee ilmi paitsi muutoksen käytännön etujen esittelyssä myös siinä, kuinka muutoksen onnistumisen kannalta merkittäväksi esitetään nimenomaan käytännön teot eikä suunnitelmat tai teoreettiset aikomukset.

(19) Olemme ylpeästi jälleen mukana Sitran Kiertotalouden kiinnostavimmat -yrityslistauksessa. Ravintoloiden ruokahävikin vähentämisessä auttavan Hävikkimestari-palvelun tuottaminen on vain yksi esimerkki käytännön kiertotalouden teoista, joita teemme L&T:llä joka päivä. (L&T 16.5.2019.)

Esimerkissä 19 Hävikkimestari-palvelun tuottamisen kerrotaan olevan vain yksi esimerkki käytännön kiertotalouden teoista, joita L&T:llä tehdään. Ilmauksella *vain yksi esimerkki*

annetaankin ymmärtää, että näitä tekoja on paljon muitakin. Lisäksi ääri-ilmaisulla *joka päivä* korostetaan tekojen suorittamisen säännöllisyyttä ja tiheyttä. Kiertotalouden käytännön tekojen toteuttaminen konstruoidaan tällä tavoin arkiseksi, päivittäiseksi ja ikään kuin luonnostaan sujuvaksi toimintamalliksi. Esimerkissä 19 tuodaan esiin käytännön puolta myös antamalla konkreettinen esimerkki siitä, millaista hyötyä yrityksen tuottamasta Hävikkimestari-sovelluksesta on: se auttaa ravintoloiden ruokahävikin vähentämisessä. Tämän tyyppistä argumentaatiota on aineistossa hyödynnetty paljon muutenkin. Käytännön puolta pyritään korostamaan antamalla esimerkkejä siitä, millaista konkreettista hyötyä muutoksesta on ja on ollut. Näin toimitaan muun muassa seuraavissa esimerkeissä:

(20) Mikä ihmeen juttu se hiilikädenjälki on? L&T tuottaa hiilikädenjälkeä muun muassa korvaamalla kivihiilen käyttöä puuhakkeella ja neitseellisestä öljystä valmistetun muovin käyttöä kierrätetyllä uusiomuovilla. (L&T 3.5.2019.)

(21) L&T:n toiminnalla on todella merkittävä hiilikädenjälki, ja se on hieno juttu! Hiilikädenjälkemme ansiosta asiakkamme voivat vähentää omaa hiilijalanjälkeään. Vuonna 2018 L&T:n toiminnan hiilikädenjälki oli noin 1,2 miljoonaa CO₂-ekvivalenttitonnia eli L&T:n toiminta säästää vuodessa kasvihuonekaasupäästöjä saman verran kuin 120 000 suomalaista kotitaloutta tuottaa! (L&T 26.4.2019.)

Esimerkin 20 aluksi esitetään kysymys siitä, mitä käsite hiilikädenjälki tarkoittaa. Tähän puhuja vastaa itse antamalla esimerkin L&T:n tavoista tuottaa hiilikädenjälkeä. Jälleen esimerkin 19 tapaan ilmauksella *muun muassa* annetaan ymmärtää, että kyse on vain yhdestä esimerkistä, ja että tapoja on muitakin. Esimerkissä 21 puolestaan Lassila & Tikanojan toiminnan merkittävyyttä korostetaan numeerisen määrällistämisen tehokeinolla, ja esimerkin ymmärrettävyyttä lisätään suhteuttamalla suuri abstraktimpi ilmaus *1,2 miljoonaa CO₂-ekvivalenttitonnia* konkreettisempaan ja helpommin ymmärrettävään määränilmaukseen *saman verran kuin 120 000 suomalaista kotitaloutta tuottaa*. Tällä saavutetaan vaikutelma siitä, että yrityksen toiminnalla on merkittävä hyötyvaikutus käytännön ongelmaan.

Kun esimerkissä 20 asetetaan vastakkain kivihiilen ja puuhakkeen käyttö sekä neitseellisestä öljystä valmistettu muovi ja uusiomuovi, esimerkissä 21 kontrastoidaan samalla tavoin tuottaminen ja säästäminen. Lassila & Tikanojan toiminnan mainitaan *säästävän* kasvihuonekaasupäästöjä, joita kotitaloudet puolestaan *tuottavat*. Tämän lisäksi esimerkkien 20 ja 21 sana *hiilikädenjälki* muodostaa implisiittisen vastakkainasettelun rinnakkaiskäsitteeseensä hiilijalanjälki. Käsitteen hiilikädenjälki käytöllä on tulevaisuuden positiivisia päästövaikutuksia korostava merkitys, kun vastaavasti hiilijalanjäljellä viitataan negatiivisiin nykyhetken päästövaikutuksiin (Sitra 2021). Käyttämällä argumentoinnissaan

juuri käsitettä hiilikädenjälki puhuja siis korostaa hyötyjä negatiivisten vaikutusten esiintuonnin sijaan. Tämä ei ole yllättävää, sillä kuten aiemmista luvuista on käynyt ilmi, argumentaatio on nojannut hyvin vahvasti muutoksen positiivisiin puoliin, etuihin ja mahdollisuuksiin. Tätä kannustukseen keskittyvää asennoitumista kuvaa hyvin esimerkin 21 aloittava huudahdus *L&T:n toiminnalla on todella merkittävä hiilikädenjälki, ja se on hieno juttu!*

Käytännön esimerkkien esittelemisen lisäksi käytännöllisen muutokseen representaatiota konstruoidaan sanavalinnoin. Aineistossa toistuvat seuraavanlaiset viittaukset niin käytännön työhön kuin sen tekijöihinkin:

(22) Tiistaina Upinniemen Sotilasjuoksussa 600 reipasta sotilasta liikkui. Olimme mukana juoksun ilossa rekrytoimassa kiertotalouden uusia käytännöntekijöitä! (L&T 15.8.2019.)

(23) Oskari Raitasella on kokemusta maailman lumisista rinteistä ja kaupungeista freestylelaskijan uraltaan. Nykyään Oskari tekee käytännön työtä ilmastonmuutoksen ehkäisemiseksi Lassila & Tikanojalla. (L&T 18.4.2019.)

Esimerkissä 22 kerrotaan urheilutapahtumasta, jossa yritys on ollut mukana rekrytoimassa uusia työntekijöitä. Näihin uusiin mahdollisiin työntekijöihin viitataan ilmauksella *kiertotalouden uusia käytännöntekijöitä*. Paitsi että ilmauksessa yhdistetään toisiinsa kiertotalous ja käytännön tekeminen, maininnoilla *juoksun ilosta* ja *reippaista sotilaista* luodaan kannustavaa vaikutelmaa hyvästä ryhmähengestä ja innokkaasta tekemisen meiningistä. Myös esimerkissä 23 syntyy sama reippauden assosiaatio kerrottaessa yrityksen nykyisen työntekijän ammattuurheilutaustasta vieläpä extreme-lajissa. Pääviestinä tässäkin esimerkissä on jälleen kuitenkin käytännön työn tekeminen ilmastonmuutoksen ehkäisemiseksi.

Käytännön etuja esittelevien esimerkkien sekä kirjaimellisen käytännön työn korostuksen lisäksi käytännöllisen muutoksen representaatioissa muutos esitetään käytännön tekoja vaativana asiana. Tällä tavoin argumentoidaan seuraavissa esimerkeissä:

(24) Muovihaasteen ratkaisu vaatii tekoja – Muovimuuveja. (L&T 11.9.2019.)

(25) Oi maamme muovin kierrätysmaa, nyt muovia kierrättää saa - entistä enemmän, kun tuplaamme kapasiteetin uuden Muovinaattorin myötä. Niin yksityiset kuin yrityksetkin: tutustukaa Muovimuuviin ja tehkää oma Muovimuuvi! Nyt on aika sekä mahdollisuus siirtyä ajatuksista ja sanoista tekoihin! (L&T 9.9.2019.)

Esimerkissä 24 esitetään yksiselitteisesti, että *muovihaasteen ratkaisu vaatii tekoja*.

Esimerkissä 25 puolestaan tuodaan lisäksi esiin vastakkainasettelun näkökulma: pelkät ajatukset tai sanat eivät riitä, vaan on ryhdyttävä toimimaan. Lisäksi ilmauksella *nyt on aika* painotetaan toimintatarpeen kiireellisyyttä sekä toisaalta kontrastoidaan mennyt aika ja nykyhetki: aiemmin on saattanut vielä voida vain suunnitella, mutta enää pelkät lupaukset eivät riitä, sillä tekoja tarvitaan nyt. Kaiken kaikkiaan muutos siis representoidaan aineistossa käytännön tekoja vaativana ilmiönä, joka tuo mukanaan myös käytännöllistä, konkreettista hyötyä.

4.2.5 Välttämätön muutos

Paitsi että muutos representoidaan aineistossa kaikin puolin mahdollisena sekä kaikkia osapuolia hyödyttävänä toimintatapana, sitä kuvataan myös ainoana vaihtoehtona. Samalla vanhalla tavalla jatkaminen ja suostumattomuus muutokseen vastaavasti konstruoidaan kielellisesti kannattamattomaksi. Muutos ja toisin toimiminen kuvataan siis välttämättömyytenä, ainoana vaihtoehtona, josta seuraa jotain hyvää. Tätä havainnollistaa hyvin jo johdannossa esitelty esimerkkijulkaisu:

(26) Meillä ei ole enää aikaa hukattavaksi. Maailma on muuttunut pysyvästi. Viimeistään nyt meidän kaikkien on ryhdyttävä ajattelemaan ja toimimaan toisin - siten, että varmistamme kestäväen huomisen. Se on hyvinvoiva huominen, joka säilyttää maailman elinkelpoisena myös tuleville sukupolville. (L&T 3.10.2019.)

Ensinnäkin esimerkissä 26 asetetaan vastakkain kaksi muutosta: entinen, menneessä tapahtunut muutos huonompaan sekä tulevaisuudessa toisin toimimalla saavutettava positiivinen muutos, jota edustaa *hyvinvoiva huominen*. Toistensa vastakohtina muutoksen myötä saavutettava tulevaisuus sekä menneiden huonojen toimintatapojen aikaansaama nykyhetki edustavat hyvää ja pahaa. Kyse on kontrastoinnista, joka Jokisen (1999: 152) mukaan kuuluu retoristen tehokeinojen joukossa vähemmän frekventteihin, mutta jota tämän tutkimuksen aineistossa sitä vastoin hyödynnetään melko yleisesti. Välttämättömyyttä korostetaan esimerkissä 26 erityisesti modaalisiin ilmauksiin. Modaalaisia kielenaineiksia käytetään ilmaisemaan esimerkiksi asiointilan varmuutta tai välttämättömyyttä (VISK § 1551). Esimerkin 26 kahden ensimmäisen virkkeen indikatiivi esittää asian totena, kiistämättömänä faktana. *On ryhdyttävä* puolestaan ilmaisee ehdotonta välttämättömyyttä, ja on esimerkki deonttisesta modaalisuudesta (ks. VISK § 1554).

Lisäksi toteamalla, että *Viimeistään nyt meidän kaikkien on ryhdyttävä ajattelemaan ja toimimaan toisin* korostetaan välttämättömyyden lisäksi muutoksen kiireellisyyttä sekä sitä, että se vaatii välittömästi toimia jokaiselta. Käyttämällä monikon ensimmäistä persoonaa puhuja laskee itsensä mukaan puhuttelemaansa joukkoon, yhtä lailla velvolliseksi toimimaan muutoksen edistämisessä. Tilanteen tähdellisyyttä korostaa myös yksittäinen adjektiivivalinta: jotta maailma säilyisi edes *elinkelpoisena*, on viipymättä alettava toimimaan toisin. Toimimattomuutta muutoksen eteen taas kuvataan epätoivottuna nykyhetkeen jämähtämisenä:

(27) Meillä Suomessa materiaalikierrätys ei ole edistynyt toivotulla tavalla. Käytännössä kierrätysasteemme on polkenut paikoillaan viimeiset kymmenen vuotta ja nyt voi melkoisella varmuudella sanoa, että emme tule saavuttamaan tulevien vuosien kierrätystavoitteitamme. Olemme jääneet luokalle ympäristöasioissa. Petri Salerno jyrähti huolestuneena blogissaan - lue lisää! #huomisellatöissä #kiertotaloudesta totta (L&T 5.12.2019.)

Esimerkissä 27 kielikuvalla *polkenut paikoillaan* implikoidaan, ettei materiaalikierrätyksessä olisi edistytty juuri lainkaan. Samaa tyytymättömyyttä edustaa metaforinen ilmaus *jääneet luokalle*: asian edistämisessä ei ole kehitytty senhetkisten vaatimustasojen mukaan. Passiivin käytöllä puolestaan jätetään avoimeksi se, kenen toiveista ja niiden täyttymättömyydestä on kyse, samalla konstruoiden ne ikään kuin yleisluontoisesti kaikkia koskeviksi. Tilanteen laajuutta korostetaan määrällistävällä ajanilmauksella *viimeiset kymmenen vuotta* ja esitetään, ettei muutosta parempaan saavuteta samalla tavoin jatkamalla. Kierrätystavoitteissa epäonnistuminen on epähaluttu seuraus, jolla konstruoidaan nykyiset toimintamallit eli siihen johtavat syyt kannattamattomiksi. Lisäksi ilmaisemalla, että tavoitteissa epäonnistuminen on jo lähes varmaa, korostetaan tilanteen vakavuutta sekä muutostarpeen kiireellisyyttä.

Näkyvänä osana muutoksen välttämättömyyttä korostavassa argumentoinnissa on tulevaisuuteen viittaava huomiseriologiikka. Kuten luvun alussa esitellyssä esimerkissä 26, tulevaisuuteen viitataan *huomisena*. Tämä viittaustapa alleviivaa entisestään muutostarpeen ajankohtaisuutta: tulevaisuus onkin jo aivan käsillä, sillä huomina on jo huomenna. *Hyvinvoivan huomisen* ilmauksessa voi nähdä myös tiettyä uuden aamun ja uuden alun symboliikkaa, joka viittaa muutoksen myötä saavutettavaan parempaan ja uusia mahdollisuuksia täynnä olevaan tulevaisuuteen konstruoiden siitä houkuttelevan tavoitteen. Tulevaisuutta käytetään samalla tavoin argumenttina myös seuraavassa esimerkissä:

(28) Tänään vietetään sekä lasten oikeuksien päivää että jätteen vähentämisen viikkoa. Molemmat parantavat lapsiemme tulevaisuutta - lapsilla on oikeus puhtaaseen ja elinkelpoiseen, turvalliseen ympäristöön ja tulevaisuuteen.

Lastemme tulevaisuus ei saa olla näkymätöntä, vaan meidän on nähtävä se - ja ryhdyttävä toimiin. (L&T 20.11.2019.)

Esimerkissä 28 tulevaisuus kuvataan *puhtaana, elinkelpoisena ja turvallisena*, eli kaikin puolin miellyttävänä ympäristönä, joka saavutetaan ryhtymällä toimimaan sen hyväksi. Lisäksi toisiinsa rinnastetaan lasten oikeudet ja jätteen vähentäminen korostaen, että niillä molemmilla on yhtä lailla positiivinen vaikutus lasten tulevaisuuteen; itse asiassa elinkelpoinen ympäristö on yksi lasten oikeuksista. Lasten oikeuksiin vetoamalla puhuja paitsi etäännyttää argumenttia omista intresseistään esittäen toiminnan hyötyjäksi lapset, myös vetoaa vastaanottajan tunteisiin. Lapsiin tai esimerkiksi eläimiin liittyvä viattomuuden konnotaatio mahdollistaa tunteisiin vetoavan argumentoinnin näille aiheutuvan haitan tai kärsimyksen välttämiseksi. Lisäksi esimerkissä 28 voi nähdä, että puhuja asettaa itsensä vanhemmuuden kategoriaan argumentoidessaan monikon ensimmäisessä persoonassa *lastemme tulevaisuuden* puolesta. Kaksi kertaa toistuvalla monikon ensimmäisen persoonan kategorisoinnilla puhuja siis pyrkii vetoamaan yleisön joukosta ainakin kaikkiin vanhempiin ja heidän yhteisiin velvollisuuksiinsa. Deonttisen modaalisuuden ilmaukset *ei saa olla* ja *on nähtävä* esittävät tilanteen ehdottoman välttämättömänä.

Muutoksen välttämättömyyttä korostetaan aineistossa lisäksi vanhalla tavalla toimimisesta aiheutuvalla haitalla:

(29) Minnekäs kierrätät sen mummon vanhan sohvan? Hälyttävän pieni määrä ihmisistä tunnistaa huonekalujen kierrätykseen erikoistuneita palveluita saati sitten käyttää niitä. Väriin paikkoihin jätettyjen huonekalujen siivoushinta näkyy muun muassa asukkaiden vastikkeissa - puhumattakaan useiden tonnin luonnonvarojen hukkaamisesta!! (L&T 7.11.2019.)

Esimerkissä 29 muutosta konstruoidaan välttämättömäksi esittelemällä konkreettisia, nykyisten toimintatapojen aiheuttamia haittoja. Huonekalujen *väriin paikkoihin* jättämisen haitallisuudella implikoidaan, että on olemassa oikea paikka. Oikean ja väärän toimintatavan kontrastoinnilla vastaanottajaa ohjataan valitsemaan ensin mainittu korostamalla väärän tavan haittapuolia. Retoriikan puolesta tilanteen vakavuutta korostetaan ensinnäkin käyttämällä määrällistä ilmaisua *hälyttävän pieni määrä* ja *useiden tonnin*. Merkittävänä tehokeinona toimii myös puhujan omista intresseistä etäännyttäminen: suositellusta toiminnasta poikkeamisen haitan osoitetaan kohdistuvan esimerkiksi yhtiövastiketta maksavien asukkaiden talouteen sekä luonnonvaroihin, ei itse puhujaan. Alun retorikalla kysymyksellä maalataan kuva konkreettisesta ongelmatilanteesta, jossa pitäisi toimia suositellulla tavalla välttääkseen haitat. Konkreettisella esimerkillä ja haitan kohteen eksplikoinnilla ongelma ja

muutoksen välttämättömyys tuodaan lähemmäs vastaanottajaa. Tämä on perusteltua, sillä ympäristöongelmat koetaan usein etäisiksi ja abstrakteiksi uhkiksi, jotka eivät liity omaan elämään konkreettisesti (Väliverronen 1997: 191).

4.2.6 Vaivaton muutos

Kuten edellä on käynyt ilmi, aineistossa muutokselle haetaan kannatettavuutta yleisön keskuudessa representoimalla se ennen kaikkea vastaanottajan kannalta positiivisena asiana. Tietynlaisen poikkeuksen joukkoon muodostaa edellisessä luvussa esitelty välttämättömän muutoksen representaatio (ks. luku 4.2.5), jonka kuvaustavoissa korostuvat muutoksen väistämätön tarve sekä kiireellisyys. Sen sijaan, että muutokseen ryhtymisen hyödyllisyyttä korostettaisiin sen kautta saavutettavilla eduilla, korostetaan välttämättömän muutoksen representaatiossa toimimatta jättämisen tuottamia haittoja. Muutoksen mahdollisuutta sekä edukkuutta esiin tuovien hyödyllisen, yhteisen ja mahdollisen muutoksen representaatioiden joukkoon liittyy läheisesti kuitenkin vielä vaivattoman muutoksen representaatio, joka edellä mainittujen tavoin esittää muutoksen positiivisuuden kautta: muutos kuvataan vastaanottajalle ennen kaikkea helppona toteuttaa.

Muutoksen representointi helppouden ja vaivattomuuden kautta perustuneen osaltaan sille oletetulle vasta-argumentille, että muutos olisi lähtökohtaisesti vaikeaa tai vaivalloista. Näin toimimalla häivytetään muutokseen liittyviä epävarmuustekijöitä suoranaisesti kumoamalla niistä yksi: sen vaikeus. Seuraavassa esimerkissä on havaittavissa paitsi hienoista myönnytystä muutokseen liittyvän vaivan ennakko-oletukselle, myös sen representointia helppouden kautta:

(30) Yleisradio on aloittanut mahtavan I love muovi -kampanjan, joka jakaa neuvoja ja tietoa muovin kierrätykseen liittyen. L&T:n tavoitteena on saada muovin erilliskeräyksen piiriin miljoona suomalaista vuoteen 2020 mennessä, helpottaen muovin kierrätystä pitkin Suomea! (L&T 27.3.2019.)

Esimerkissä 30 puhuja esittää Lassila & Tikanojan tavoitteeksi muovin kierrätyksen helpottamisen, mikä implikoi sitä, että aiemmat toimintamallit ovat olleet joko vaikeita tai ainakin vaikeampia kuin tulevat. Vaikka esimerkissä 30 siis näennäisesti myös myönnetään yhden kiertotalousmuutoksen vaatiman osa-alueen eli kierrätyksen potentiaalinen vaikeus, on pääasiallinen viesti kuitenkin se, että tulevaisuudessa se on helpompaa. Esimerkissä mainitaan Yleisradion aloittama I love muovi -kampanja, jota luonnehditaan ylistävällä adjektiivilla *mahtava* ja jonka kerrotaan jakavan neuvoja ja tietoa muovin kierrätykseen liittyen. Näin

varaudutaan jo ennalta vasta-argumenttiin siitä, että muovin kierrättäminen olisi vaikeaa tai ettei siitä olisi tietoja saatavilla.

(31) L&T tarjosi 1000 kesätyöpaikkaa ympäri Suomen. Kesävermeissä hiilijalanjälki keveni ja ensimmäiset ura-askleet kerryttivät kokemussaldoa työelämästä. (L&T 24.9.2019.)

(32) L&T:n Elenia Lämmölle toimittamalla energiapuulla lämmitetään vuosittain 10 000 omakotitaloa ja vähennetään CO₂-päästöjä 30 000 tonnia! (L&T 28.3.2019.)

Esimerkissä 31 vaikutelma muutoksen vaivattomuudesta synnytetään esittämällä muutos muun tekemisen ohessa ikään kuin itsestään tapahtuvaksi. Esimerkissä todetaan, että *kesävermeissä hiilijalanjälki keveni* ja samalla *ensimmäiset ura-askleet kerryttivät kokemussaldoa työelämästä*. Lassila & Tikanoja puolestaan esitetään tämän ainakin kahdella tapaa yrityksen kesätyöntekijöille hyödyllisen mahdollisuuden tarjoajana. Yhteistä esimerkeillä 31 ja 32 on se, että tekijä muutoksen toteutuksen takana on häivytetty kielellisin keinoin. Esimerkissä 32 tähän hyödynnetään *lämmittää-* ja *vähentää-*verbien passiivimuotoja, jolloin implisiittiseksi jää se, kuka tai mikä lämmityksen ja vähentämisen vaatiman työn todellisuudessa suorittaa. Ainoa toimija, joka esimerkissä 32 tuodaan selväsanaisesti ilmi, on yritys itse: *L&T* on energiapuun toimittaja. Samoin tekijä ja työn vaatima panostus on häivytetty esimerkissä 31: pelkkä *kesävermeissä* olo riittää hiilijalanjäljen kevenemiseen samalla kun työkokemus karttuu kuin itsestään. Toisaalta ilmauksella voidaan ajatella viestittävän, että pelkästään ryhtymällä yrityksen työntekijäksi on mukana hiilijalanjäljen pienentämisessä.

Edellä kuvatun kaltainen vaivattoman muutoksen representointi toimintojen ja tekojen automaattisuudella toteutuu myös seuraavissa esimerkeissä:

(33) Pitääkö Suomestakin kuskata teollisuuden ja yritysten muovijätettä muiden maiden murheiksi? Ei tarvitse. #Muovimuuvi Suomessa kiihtyi, kun avasimme Merikarvian muovinkierrätyslaitoksella uuden linjaston, #Muovinaattori'n. #Muovi muuttuu nyt entistä tehokkaammin jätteestä kotimaisen teollisuuden raaka-aineeksi. (L&T 29.10.2019.)

(34) Hyvää jätteen vähentämisen viikkoa! Ympäristömanagerit ovat jätteiden vähentämisen taitureita. Heidän käsissään jäte ei häviä vain tuhkana tuuleen tai muiden maiden ongelmaksi, vaan muuttuu arvokkaaksi raaka-aineeksi. Näin kiertotaloudesta tulee totta. (L&T 18.11.2019.)

Sekä esimerkki 33 että esimerkki 34 kuvaavat kiertotalouden toimintamalleihin kuuluvan kierrätystapahtuman muutoksena: jätteen muuttumisena raaka-aineeksi. Molemmissa esimerkeissä tapahtuma kuvataan juuri *muuttumisena*, ikään kuin itsestään toisenlaiseksi

tulemisena. Esimerkissä 33 toiminnan mahdollistajaksi esitetään uusi teknologia, uusi muovinkierrätyslinjasto Muovinaattori, jonka ansiosta muovin sanotaan muuttuvan *nyt entistä tehokkaammin jätteestä kotimaisen teollisuuden raaka-aineeksi*. Esimerkissä 34 puolestaan todetaan jätteen muuttuvan arvokkaaksi raaka-aineeksi ympäristömanagerien käsissä.

Vaivattoman, kuin itsestään tapahtuvan muutoksen merkittävyys korostuu sanavalinnoissa: kontrastiparissa lähtökohtana on negatiivisen konnotaation sisältävä sana *jäte*, joka muuttuu positiivisella adjektiivilla luonnehditukseksi *arvokkaaksi raaka-aineeksi*.

Lisäksi erilaiset uudet teknologiat esitetään muutoksen helpottajina ja tehostajina, kuten esimerkiksi 33. Näin muutos siis representoidaan viestin vastaanottajayleisön kannalta ikään kuin vaateettomana ja erilaiset muutoksen myötä syntyvät teknologiat ja keksinnöt elämän helpottajina. CICAT2025-hankkeen katalyyttiajattelussa kannustavan kielenkäytön lisäksi muun muassa juuri uusia prosessointiteknologioita pidetään kiertotaloutta vauhdittavina ja sen toteutumiselle suotuisia olosuhteita ylläpitävinä tekijöinä (CICAT2025). Kun uusista teknologioista kerrotaan positiiviseen ja kannustavaan sävyyn, ylläpidetään vaikutelmaa positiivisesta muutoksesta. Muutoksen vaivattomuuden representaation syntymiseen taas vaikuttaa lisäksi miellelyhtymä siitä, että kehittyvät teknologiat automatisaatioineen ylipäättään helpottavat elämää.

(35) Pienelläkin ajatuksella voi olla suuret juuret ja seuraamukset! Yhteistyössä kolmen suuren suomalaisen toimijan kesken loimme uudenlaisen suljetun kierron ennen energijakeeksi kulkeutuneelle Keskon leikkokukkaämpärille. (L&T 17.10.2019.)

(36) Ilmasto kuuluu kaikille! Ilmastoteot eivät ole mitään ihmeitä, vaan jokainen voi osallistua - vaikkapa allekirjoittamalla Ilmastoveivi2019-vetoomuksen. (L&T 22.6.2019.)

Vielä yhtenä muutoksen vaivattomuuden representaatiota konstruoivana keinona aineistosta nousee esiin ennakoiva varautuminen vasta-argumenttiin siitä, että muutokseen tarvittavien tekojen pitäisi olla jotakin suurta ja ihmeellistä. Yleisesti hyödynnetty vasta-argumentti ilmastotoimia ajavassa keskustelussa onkin se, ettei pienillä yksittäisillä teoilla ole mitään merkitystä suurten vastavoimien rinnalla. Toisin sanoen niin kauan kuin suuremmat joukot toimivat muutosta vastaan, pienillä hyvillä teoilla sen edistämiseksi ei olisi väliä. Tämän väitteen kumoamiseksi argumentoidaan päinvastaisella tavalla esimerkeissä 35 ja 36. Esimerkissä 35 todetaan *pienelläkin ajatuksella* voivan olla suuria seurauksia. Episteeminen modaaliverbi *voida* tuottaa asiointilan merkitykseksi 'on mahdollista että' (VISK § 1571).

Tämä toimii vasta-argumenttina sille, ettei pienillä teoilla tai ajatuksilla olisi merkitystä muutoksen edistämisessä: päinvastoin esitetään, että niillä voi olla suuriakin seuraamuksia.

Esimerkissä 36 puolestaan vasta-argumentti torjutaan ennalta kieltomuotoa käyttämällä.

Esimerkissä esitetään totena väitelauseen muodossa, että ilmastoteot eivät ole ihmeitä. Tällä kumotaan siis väittämä, että pelkästään isoilla, ihmeellisillä teoilla olisi merkitystä. *Ihmeen* merkityksessä yleensä jotain tavallisesta poikkeavaa, jopa yliluonnollista tapahtumaa, saadaan kieltolauseella synnytettyä vaikutelma, että ilmastoteot ovat aivan tavallisia tekoja.

Esimerkissä todetaankin seuraavaksi jokaisen olevan kykenevä osallistumaan niinkin yksinkertaisella asialla, kuin vetoimuksen allekirjoittamalla. Muutoksen edistämisen siis argumentoidaan olevan viestin vastaanottajalle helppoa ja vaivatonta.

4.2.7 Käänteentekevä muutos

Edellä käsitellyt muutoksen representaatiotyypit ovat luoneet kuvaa muutoksesta paitsi mahdollisena, vaivattomana ja hyödyllisenä, mutta myös nykytilanteelle välttämättömänä. Muutosretoriikka siis asettaa toimijoille sekä houkutteita että vaatimuksia. Tämän lisäksi aineistosta hahmottuu omaksi representaatiotyyppikseen vielä muutoksen mullistavuutta korostava käänteentekevän muutoksen representaatio, jossa merkittäväksi tekijäksi nousee menneiden sekä nykyisten ja tulevien toimintatapojen kontrastointi. Tämä representaatiotyyppi nostaa esille muutosvoiman ja muutoksen käänteentekevyyden, kuten seuraavissa esimerkeissä:

(37) Nykyajan jätehuolto on paljon muutakin kuin pelkkää roskapussien kiikuttelua. Päivittynyt Ympäristönetti mahdollistaa käyttäjille esim. jätehuollon hiilijalanjäljen seurannan ja kierrätystavoitteiden asettamisen. Palvelu kehittyi jatkuvasti käyttäjäpalautteen myötä. (L&T 18.6.2019.)

(38) Tiesitkö, että yhtä potilasta kohden voi kertyä päivässä kahdeksan kiloa jätettä? Onneksi tästä jätteestä saadaan nykyään kierrätettyä esimerkiksi muoveja ja paperia, tinkimättä hygieniasta. Lue Lassikon jutusta, kuinka L&T auttoi Varsinais-Suomen sairaanhoitopiiriä tehostamaan jätehuoltoa ja kierrätystä. (L&T 4.2.2019.)

Esimerkissä 37 asetetaan vastakkain mennyt ja nykyinen sekä tuleva jätehuolto. Menneisiin toimintatapoihin viitattaessa käytetään vähättelevää ilmausta *pelkkää roskapussien kiikuttelua* ja nykyajan jätehuollon kerrotaan olevan *paljon muutakin*. Nykyisen jätehuollon ominaisuuksista annetaan esimerkkinä jätehuollon hiilijalanjäljen seurannan ja kierrätystavoitteiden asettamisen mahdollistava palvelu, jonka kerrotaan kaiken lisäksi

kehittyvän jatkuvasti. Tällä implikoidaan sitä, että kehitys ei suinkaan ole pysähtynyt, vaan tulevaisuudessa mahdollisesti yhä paremmat palvelut ja toimintatavat ovat hyödynnettävissä.

Esimerkin 37 tavoin myös esimerkissä 38 kontrastoidaan menneisyys ja nykyhetki.

Potilaskohtaisesta jätemäärästä todetaan, että siitä saadaan nykyään kierrätettyä esimerkiksi muoveja ja paperia. Tästä on ymmärrettävissä, että näin ei ennen ollut. Määrällinen ilmaus *kahdeksan kiloa* korostaa toisaalta mennyttä huonompaa tilannetta, kun kierrätyksen osuus saattoi esimerkin perusteella olla lähes olematon, ja toisaalta sitä, kuinka tarpeellinen nykyinen kierrätyskäytäntö on. Ilmauksella *tinkimättä hygieniasta* puolestaan varaudutaan ennalta vasta-argumenttiin siitä, ettei sairaalajätteen kierrätys voisi olla hygieenistä. Lisäksi esimerkin 38 lopussa todetaan, että L&T auttoi Varsinais-Suomen sairaanhoitopiiriä tehostamaan jätehuoltoa ja kierrätystä. Yrityksen rooliksi siis konstruoidaan auttaja sekä muutoksen mahdollistaja. Mahdollistajan ja auttajan roolien lisäksi käänteentekevän muutoksen representaation konstruoinnissa korostuu Lassila & Tikanojan rooli edelläkävijänä muutoksen toteutuksessa:

(39) Me L&T:llä olemme aina olleet edelläkävijöitä. Aiomme jatkossa haastaa itsemme, asiakkaamme ja koko yhteiskunnan ajattelemaan asioita uudella tavalla. Me L&T:llä olemme huomisella töissä. Ole sinäkin. (L&T 3.10.2019.)

(40) Lähdimme ensimmäisenä ympäristöalan yrityksenä tänään mukaan valtakunnalliseen öljyjätehuoltoa kehittävään Green Deal -sopimukseen! Luontoon päätyessään jäteöljy on äärimmäisen haitallista, sillä yksi litra jäteöljyä voi pilata miljoona litraa vettä. Tämän takia jäteöljyn tehokas keräys ja kierrätys on ensiarvoisen tärkeää. (L&T 7.3.2019.)

Sekä esimerkeissä 39 että 40 painotetaan Lassila & Tikanojan edelläkävijyyttä. Edelläkävijän asema tuodaan suorasanaisesti esiin esimerkin 39 alussa, jonka jälkeen todetaan, että tavoitellut ajattelutavan muutokset koskevat paitsi yhteiskuntaa ja asiakkaita, myös puhujaa itseään. Merkittävää ja pitkäkestoista edelläkävijäasemaa painotetaan esimerkissä 39 ajalliseen jatkuvuuteen viittaavalla adverbilla *aina*. Sitä voidaan myös pitää retorisenä vetoamisena omaan asiantuntijuuteen. Näiden lisäksi lopun metaforinen ilmaus *huomisella töissä* implikoi yrityksen edelläkävijyyttä sekä tulevaisuuden ajattelua toimintaperiaatteissa. Esimerkissä 40 puolestaan edelläkävijyys konstruoidaan ilmauksella *ensimmäisenä ympäristöalan yrityksenä*.

Yrityksen mullistavaa roolia muutoksen toteutuksessa rakennetaan siis korostamalla, että yritys on tehnyt muutoksen hyväksi jotain, mitä kukaan muu saman alan toimija ei ole aiemmin tehnyt. Esimerkillisten toimintamallien esiintuonnilla yritys markkinoi samalla

itseään vastuullisena toimijana. Vanhojen toimintatapojen muuttamisen tärkeyttä perustellaan esimerkissä 40 huolimattoman öljyjätehuollon *äärimmäisellä haitallisuudella* ja toisaalta toteamalla jäteöljyn tehokkaan keräyksen ja kierrätyksen olevan *ensiarvoisen tärkeää*. Näiden ääri-ilmaisujen lisäksi jäteöljyn haitallisuutta havainnollistetaan määrällistävillä ilmauksilla esimerkiksi *yksi litra jäteöljyä voi pilata miljoona litraa vettä*.

(41) Käänteentekijänuoret ovat niitä, jotka muuttavat tämän maailman suunnan. Niin myös käänteentekevät yritykset ja niissä työskentelevät ihmiset. He kaikki yhdessä ovat maailman herättäjiä, jotka tekemisensä kautta auttavat koko yhteiskuntaa oivaltamaan, että olemme kaikki #huomisellatöissä. (L&T 25.11.2019.)

Myös esimerkissä 41 käänteentekevä muutos representatio pohjautuu edelläkävijyyden korostamiseen. Kuitenkin tässä esimerkissä edelläkävijän rooli on ulotettu aiempaa laajemmalle: käänteentekijöitä ovat työharjoitteluohjelman nuoret sekä käänteentekevät yritykset ja näiden työntekijät – ei pelkästään Lassila & Tikanoja. Esimerkin alun metaforinen ilmaus maailman suunnan muuttamisesta puolestaan itsessään konstruoi muutoksen käänteentekevyyttä ja mullistavuutta: toimintatapojen muutos on yhtä totaalinen kuin kääntyminen kuvitteellisella tiellä eri suuntaan.

Lisäksi esimerkissä 41 sanotaan käänteentekevien nuorten, yritysten ja näiden työntekijöiden olevan *maailman herättäjiä* ja rinnastetaan implisiittisesti tiedostamattomuus ja toimimattomuus nukkuksissa olemiseen sekä herääminen puolestaan oivaltamiseen. Näin kontrastointi herättäjien ja nukkuvien välillä paitsi korostaa herättäjien edelläkävijän asemaa, myös rakentaa kuvaa muutoksesta käänteentekevästä ja mullistavana täydellisen vastakohtaisuuden metaforallaan. Eräs tunnettu nukkumisen vertauskuvallisuutta hyödyntävä metafora liittyy poliittiseen aktiivisuuteen: nukkuvien puolueella viitataan tunnetusti äänioikeudellisiin, mutta vaaleissa syystä tai toisesta äänestämättä jättäviin. Nukkuminen ilmentää siis toisaalta toimimattomuutta, mutta sisältää myös mahdollisuuden heräämiseen eli toimimaan ryhtymiseen.

5 Yhteenveto ja päätelmät

Tämän tutkimuksen tavoitteena on ollut selvittää, kuinka erilaisin kielellisin keinoin voidaan tukea kiertotalouden toteutumisen edellyttämää toimintatapojen muutosta. Näkökulma on ollut siinä, millaisia muutoksen representaatioita näiden kielenkäyttötapojen seurauksena syntyy. Tutkimusaineistoa olenkin nimittänyt aiemmin lähinnä organisaatioviestinnän puolelta tutuksi tulleella muutospuheen käsitteellä sillä perusteella, että yksinkertaisimmillaan se on nimenomaan puhetta muutoksesta, sen edellytyksistä ja mahdollisuuksista. Samoin perusteella koin mahdolliseksi laajentaa vastuuviestinnän käsitteen käyttöalaa: yrityksen vähemmän formaali sosiaalisen median viestintä voidaan käsittää vastuuviestinnäksi siinä missä muodollisemmat jokavuotiset vastuuraportitkin sillä edellytyksellä, että kanavaa hyödynnetään yritysvastuun toteuttamisen raportointiin.

Tutkimusaineistona hyödynnetty Lassila & Tikanojan Facebook-viestintä tarjosi hedelmällisen lähtökohdan tutkimuksen toteutukseen. Yrityksen toimialan myötä odotukset ympäristöaiheisen ja -tietoisien viestintämateriaalin riittävydestä tutkimuksen tarpeisiin täyttyivät. Kokonaisuudessaan vuonna 2019 tehdystä 178 julkaisusta 105 kuului aiheeltaan kiertotalouden aihepiiriin ja valikoitui mukaan tutkimukseen. Tämän tutkimusaineiston analyysiin perustuen tutkimuksessa haettiin vastausta seuraaviin tutkimuskysymyksiin: millaisena kiertotalouden toteutumisen edellyttämä muutos representoidaan Lassila & Tikanojan Facebook-julkaisujen kielessä, minkälaista retoriikkaa hyödynnetään näiden representaatioiden luomiseen ja mihin näillä representaatioilla pyritään?

Ensinnäkin aineiston analyysin perusteella selvisi, että muutos pyrittiin esittämään vastaanottajan kannalta mahdollisimman positiivisena asiana. Tämä todensi hypoteesin, jonka mukaan argumentaatio aineistossa perustuisi positiiviseen, muutoksen epävarmuustekijöitä häivyttävään kuvaustapaan. Muutoksen kannatettavuuden nostattamiseksi sen representaatioissa korostettiin siis muutoksen positiivisia puolia. Muutoksen positiivisia puolia korostava argumentaatio oli näkyvässä osassa lähes kaikissa aineistosta esiinnoisseissa representaatiotyypeissä; poikkeuksen muodosti välttämättömän muutoksen representaatio, joka keskittyi muutoksen positiivisuuden sijaan korostamaan epätoivotun toiminnan tai toimimattomuuden aiheuttamia haittoja.

Tutkimusaineiston perusteella aineistosta hahmottui yhteensä seitsemän erilaista representaatiotyyppiä: mahdollinen muutos, yhteinen muutos, hyödyllinen muutos,

käytännöllinen muutos, välttämätön muutos, vaivaton muutos ja käänteentekevä muutos. Näiden representaatiotyyppien konstruoinnissa on hyödynnetty erilaisia kielellisiä keinoja ja argumentteja. Kvalitatiiviseen analyysiin perustuvat representaatiotyypit eivät ole tarkkarajaisia, vaan niiden rajat limittyvät. Myös samoja kielellisiä keinoja on saatettu hyödyntää eri representaatiotyyppien konstruoinnissa, ja toisaalta yhdessä lyhyessä aineistoesimerkissä voi olla nähtävissä useamman eri representaation esiintuontia. Tämän takia tässä tutkimuksessa ei ole pyritty tekemään kvantitatiivisia arvioita esimerkiksi eri retoristen keinojen tai representaatiotyyppi esiintymien yleisyydestä. Tulkinnan, kuten representaation, tutkimukseen on pääsy vain tulkinnan kautta. Sen myötä on hyväksyttävä, että toinen tutkija voisi tehdä erilaisen tulkinnan aineiston representaatiotyypeistä. Avainasemassa on tällöin tulkinnan perusteltavuus. Tässä tutkimuksessa se on toteutettu tekstiesimerkkien yksityiskohtaisella analyysillä.

Yksi muutoksen kannatettavuutta positiivisen kannustuksen kautta ajava representaatiotyyppi on mahdollisen muutoksen representaatio. Siinä muutoksen mahdollisuutta korostetaan esittämällä muutos varmana, toteutumiskelpoisena asiana. Mahdollisen muutoksen representaatio kannustaa ryhtymään muutostoiimiin hyödyntämällä argumentoinnissa niin sanottua rohkaisupuhetta, jonka yhtenä kielellisenä piirteenä on vastaanottajan puhuttelu. Tämä representaation tarkoituksena on häivyttää muutokseen liittyvää epävarmuutta. Avainasemassa mahdollisen muutoksen representoinnissa ovatkin niin sanotut onnistumisraportit, joissa kuvataan positiivisin sanankääntein jo toteutuneita, muutoksen kannalta edullisia tapahtumia ja tekoja. Näissä onnistumisraporteissa tuodaan esiin Lassila & Tikanojan lisäksi muita osallistujia, jotka ovat toimineet muutoksen hyväksi. Toiminnan esimerkillisyyttä korostetaan ja siihen osallistuneet kuvataan positiivisessa valossa. Muutoksen edistämässä tärkeään asemaan nostetaankin eri toimijoiden välinen yhteistyö, jonka merkityksen korostaminen muodostaa oman representaatiotyypinsä, yhteisen muutoksen representaation.

Yhteisen muutoksen representaatioissa argumentoinnin pääpaino on yhteistyön ja joukkovoiman merkityksen korostamisessa sekä ylipäättään kollektiivisen toimijuuden konstruoinnissa. Yhteisen muutoksen representaatioissa yhteistyö nostetaan suurten tekojen mahdollistajaksi. Argumentin vahvistamiseen hyödynnetään muun muassa kvantifiointia, joka konstruoi yhteistyöllä saavutettavan muutoksen suureksi ja vaikuttavaksi. Me-retoriikan käyttö retorisenä tehokeinona puolestaan toimii representaatioissa yhteisöllisyyden luojana. Yhteisen muutoksen representoinnissa eri kokoiset toimijat ikään kuin sulautetaan yhdeksi

suureksi massaksi, joilla on yhdessä yhtäläinen mahdollisuus sekä velvollisuus edistää muutosta. Retorisella samanarvoistamisella pyritään toisaalta kannustamaan muutokseen sekä myös häivyttämään minkäänlainen puhujaan liittyvä erityisasema. Argumentoimalla *meidän kaikkien* puolesta eri osapuolet esitetään orientoituneina samaan päämäärään.

Näkyvimmin muutoksen positiiviset puolet ovat esillä hyödyllisen muutoksen representaatiotyypissä. Representaatio pyrkii esittämään muutoksen vastaanottajalle kannatettavalla tuomalla esiin erilaisia muutoksen kautta saavutettavia hyötyjä. Argumentoinnissa tuodaan esiin erilaisia hyötyjänekökulmia: hyödyn voidaan esittää koituvan viestin vastaanottajalle, ympäristölle tai yhteiskunnalle. Itse puhujaa ei kuitenkaan aseteta hyötyjän asemaan. Tällä puhujan omat intressit etäännytetään väitteestä synnyttäen toiminnalle pyyteettömän vaikutelman. Erilaisilla hyötyjänekökulmilla maalataan muutoksesta viestin vastaanottajalle kannatettavaa. Muutoksen esitetään tuovan toteutuessaan paitsi ympäristöllistä, myös taloudellista tai hyvinvointia kohottavaa hyötyä.

Käytännöllisen muutoksen representaatio puolestaan korostaa muutoksen konkreettista luonnetta. Tässä representaatiotyypissä argumentoinnin ytimenä on sanoma siitä, että muutos on ennen kaikkea käytäntöä: konkreettisia tekoja ja toimintamallien muutoksia. Tätä representaatiota rakennetaan antamalla esimerkkejä muutoksen arkielämän käytännön toimia helpottavasta roolista. Tämän lisäksi esimerkkejä siitä, mitä konkreettisia tekoja voi tehdä kiertotalouden hyväksi. Näin muutoksesta konstruoidaan viestin vastaanottajalle helpommin käsitettävää kokonaisuutta. Suunnitelmien ja aikomusten sijaan käytännöllisen muutoksen representaatio kannustaa käytännön tekoihin. Käytännöllisyyden korostaminen näkyy myös sanavalinnoissa: aineistossa viitataan *käytännön työhön ja kiertotalouden käytäntötekijöihin*.

Muutoksen mahdollisuuden, hyödyllisyyden, yhteisöllisyyden ja käytännöllisyyden esiin tuomisen lisäksi muutos representoidaan aineistossa myös välttämättömyytenä.

Välttämättömän muutoksen representaatioissa ei korostetakaan muutoksen toteuttamiskelpoisuutta mahdollisuutena, vaan sen ilmaistaan olevan ainoa vaihtoehto. Muutos konstruoidaan paitsi välttämättömäksi, myös kiireelliseksi. Vain muutoksen kautta saavutettavan hyödyn ja vanhojen tapojen haitallisuuden kontrastoinnissa hyödynnetään näkyvästi niin sanottua huomiretoriikkaa, jossa *huominen* viittaa tulevaisuuteen ja muutoksen kautta saavutettavaan hyvään.

Vaivattoman muutoksen representaatiotyypissä muutos esitetään ennen kaikkea helppona toteuttaa. Tämä argumentointi pureutuu jo ennalta vastaväittämään siitä, että kiertotalouden

vaatimat toimintamallimuutokset olisivat vaikeita. Vaivattoman muutoksen representaatiossa muutos esitetään kielen keinoin kuin itsestään tapahtuvaksi ja mahdollisimman vähän viestin vastaanottajalta vaativaksi. Muutoksen helppoutta korostetaan tuomalla esiin sen toteuttamista helpottavia erilaisia teknologioita, jotka automatisointineen edistävät muutoksen toimintamalleja vaivattomasti. Myös pienten teot muutoksen edistämiseksi konstruoidaan merkityksellisiksi. Vaivattoman muutoksen representaatio siis kannustaa muutokseen esittämällä, kuinka helppoa ja yksinkertaista se on.

Käänteentekevän muutoksen representaatiotyypissä korostuu muutoksen mullistava, kaiken muuttava luonne. Tämän muutoksen representaation konstruoinnissa merkittävässä roolissa on menneiden sekä tulevien toimintatapojen vastakkainasettelu. Uudet, muutoksen myötä käyttöön otettavat tavat toimia konstruoidaan kielellisesti merkittävästi menneitä paremmiksi. Tämän lisäksi käänteentekevän muutoksen representaatiossa korostetaan edelläkävijyyttä. Edelläkävijän rooliin asetetaan erityisesti Lassila & Tikanoja, jonka esitetään toimineen muutoksen edistämiseksi ennennäkemättömän esimerkillisesti. Edelläkävijyyden konstruoinnissa esitetään oleellisena, että kukaan muu ei ole aiemmin toiminut mainitulla, muutokselle edullisella tavalla. Edelläkävijän asemassa tehtyjen muutospositiivisten tekojen esiin tuonnilla on yrityksen vastuullista toimijuutta korostava markkinoinnillinen funktio. Raportoimalla muutoksen eteen tehdyistä hyvistä teoista yritys antaa kuvan yritysvastuunsa kantamisesta.

Tässä tutkimuksessa on siis saatu selville erilaisia muutoksen representoinnin tapoja. Hypoteesin mukaisesti suurin osa representaatiotyypeistä pyrkii korostamaan muutoksen positiivisia puolia. Ainoastaan välttämättömän muutoksen representaatiossa tämä ei ole olennaista. Aineiston analyysi osoitti myös oletetusti, että argumentointi perustuu pääosin puolustavalle, omaa argumenttia vahvistamaan pyrkivälle retoriikalle. Eri representaatioiden kautta muutoksen kannatettavuuttahan pyritään nimenomaan vahvistamaan aineistossa kielellisin keinoin, esimerkiksi tuoden esiin sen tuomia hyötyjä. Puolestaan hypoteesi siitä, että argumentoinnissa hyödynnettäisiin tunteisiin vetoamista ei yllättäen osoittautunut todeksi. Tunnepohjaista argumentointia on havaittavissa välttämättömän muutoksen representaatiossa lasten oikeuksiin vetoamisen yhteydessä, mutta laajemmin tätä ei aineistossa esiinny. Sitä vastoin oletus institutionaaliselle kielenkäytölle tyypillisen me-retoriikan hyödyntämisestä osoittautui oikeaksi.

Tutkimusalueessa on työn laajuuteen perustuen täytynyt tehdä tiettyjä rajoituksia. Esimerkiksi tutkimusaineistossa esiintyvät, somekielelle tyypilliset emojit sekä Facebook-julkaisuihin liittyvä multimodaalisuus olivat tarkastelun ulkopuolella. Näiden mukaanotto laajemman jatkotutkimuksen puitteissa olisi retoriikankin näkökulmasta kiinnostavaa. Myös representaatioiden analyysissä aineistosta hahmottuneet osallistujaroolit ansaitsisivat oman tutkimuksensa. Osallistujaroleilla tarkoitetaan sitä, kuka tai mikä kulloinkin asetetaan esimerkiksi hyötyjäksi tai mahdollistajaksi kielen keinoin. Tämän tutkimuksen mittakaavassa syventyminen osallistujaroleihin representaatioiden ohella ei ole ollut mahdollista. Edellä mainittujen lisätutkimusehdotusten lisäksi kiertotalousaiheen tarkastelu retoriikan ja diskurssianalyysin näkökulmasta myös muilla sosiaalisen median alustoilla kuin Facebookissa voisi tarjota arvokasta tietoa someviestinnän periaatteista.

Sosiaalinen media eri alustoineen onkin tänä päivänä yksi näkyvimmistä yritysviestinnän ulottuvuuksista. Viestinnän tavoitavuus ja kohdennettavuus useiden eri somekanavien kautta mahdollistaa tiiviin kanssakäymisen haluttujen sidosryhmien kanssa. Tässä viestinnässä juuri kieli on avainroolissa: ei ole yhdentekevää se, mitä sanotaan, eikä miten sanotaan. Erityisesti suomenkielisellä tutkimuskentällä sosiaalisen median yritysviestinnän tutkimuksessa onkin kielentutkimuksen mentävä aukko. Tutkimusta on jo tehty laajemmin englannin kielellä ja Suomenkin kontekstissa jo jonkin verran pro gradu -tasolla. Kiertotalous on vain yksi esimerkki ilmiöistä, joiden kohdalla kielentutkimuksen avulla on mahdollista saada vastauksia tärkeisiin kysymyksiin.

Kun tiedostetaan kielen todellisuutta rakentava ja muutoksellinen rooli, voidaan kielenkäytön avulla todella luoda käännettä yhteiskunnassa. Kielenkäytön vaikutuksellisuuden valjastamiseksi on kuitenkin tärkeää tutkia ensin nykyisiä viestinnän kielellisiä keinoja niiden parantamiseksi. Tässä esimerkiksi keskusteluanalyysin metodologian yhdistäminen retoriikan tutkimukseen tarjoaisi hedelmällisen tarkastelukulman: keskusteluanalyysin keinoin voitaisiin valottaa someviestinnän argumentoinnin vastaanottoa eri alustojen tarjotessa mahdollisuuden avoimeen kommentointiin julkaisujen yhteydessä. Vastaanoton ja reaktioiden analysoinnin perusteella voidaan tehdä tulkintoja kielellisen argumentoinnin tavoitteiden onnistuneisuudesta. Niillä perusteiden puolestaan viestintää voidaan ohjata haluttujen reaktioiden suuntaan. Siinä missä ylipäättään kieli, myös kielenkäyttö niin tiedostettuine kuin tiedostamattomine tapoineen on kehittyvä – ja kehitettävä – systeemi. Tässä kehityksessä nimenomaan kielentutkimuksella on ratkaisevan tärkeä rooli.

Lähteet

Aineslähteet

L&T = Lassila & Tikanojan Facebook-julkaisut vuodelta 2019. [Verkkosivu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa: <https://www.facebook.com/LassilaTikanoja/>

Muut lähteet

Andreasen, Alan 1994: Social Marketing: Its Definition and Domain. *Journal of Public Policy & Marketing* 13 (1), 108–114. [Verkkojulkaisu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa:

<https://search-ebscohost->

[com.ezproxy.utu.fi/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=1641398&site=ehost-live](https://search-ebscohost-com.ezproxy.utu.fi/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=1641398&site=ehost-live)

CICAT2025 = CICAT2025-hankkeen verkkosivut. [Verkkosivu.] [Viitattu 26.4.2022.]

Saatavissa: <https://cicat2025.turkuamk.fi/fi/cicat2025/>

Du Plessis, Charmaine 2013: An exploration of digital rhetoric in a social network

environment. *Communicare* 32 (1), 1–20. [Verkkojulkaisu.] [Viitattu 26.4.2022.]

Saatavissa:

https://uir.unisa.ac.za/bitstream/handle/10500/10533/comcare_v32_n1_a2.pdf;jsessionid=FC9E0462D154B6CBE4BEDA27DB982E25?sequence=1

Eyman, Douglas 2018: *Digital Rhetoric: Theory, Method, Practice*. 4. painos. University of Michigan Press, Ann Arbor. [Verkkojulkaisu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa:

<https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/24037/1006096.pdf;jsessionid=07CB73AA3C3D5200480A3C2680C6AC22?sequence=1>

Halme, Minna – Joutsenvirta, Maria 2011: Yritysten vastuuviestintä. *Vastuullinen*

liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa, 251–266. Toim. Joutsenvirta, Maria –

Halme, Minna – Jalas, Mikko – Mäkinen, Jukka. Gaudeamus Helsinki University

Press, Helsinki.

Harmaala, Minna-Maari – Jallinoja, Niina 2012: *Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta*.

Talentum. [Verkkojulkaisu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa:

https://utuvolter.fi/permalink/358FIN_UTUR/1cgjm0n/alma9916374775405971

Hjerppe, Cecilia 2019: *Vastuullisen organisaation ja kuluttajan identiteetin rakentuminen:*

Tarkastelussa vaateyritys Lindexin vastuuviestintä. Pro gradu -tutkielma.

[Verkkojulkaisu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa:

https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/9690/osuva_8719.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Jokinen, Arja 1999: Vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen. *Diskurssianalyysi liikkeessä*, 126–159. Toim. Jokinen, Arja – Juhila, Kirsi – Suoninen, Eero. Vastapaino, Tampere.
- 2016: Vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen. *Diskurssianalyysi: Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö*, 337–368. Toim. Jokinen, Arja – Juhila, Kirsi – Suoninen, Eero. Vastapaino, Tampere.
- Juholin, Elisa 2017: *Communicare! Viestinnän tekijän käsikirja. 7.*, uudistettu laitos. Infor, Helsinki.
- Juuti, Pauli – Rannikko, Heikki – Saarikoski, Ville 2004: *Muutospuhe: Muutospuheen retoriikka johtamisen ja organisaatioiden arjen näyttämöllä*. Otava, Helsinki.
- Knuuttila, Tarja – Lehtinen, Aki Petteri 2010: Johdanto: Representaatio: tiedon kivijalasta tieteiden työkaluksi. *Representaatio: tiedon kivijalasta tieteiden työkaluksi*, 7–31. Toim. Knuuttila, Tarja – Lehtinen, Aki Petteri. Gaudeamus, Helsinki.
- Kuvaja, Sari – Malmelin, Karoliina 2008: *Vastuullinen yritysviestintä: Kilpailuetua vuoropuhelusta*. Edita Publishing, Helsinki.
- Lehti, Lotta – Eronen-Valli, Maria 2018: Diskurssintutkimuksen menetelmiä digitaalisen retoriikan tutkimuksessa. Diskurssintutkimuksen menetelmistä. On the methods in discourse studies. *Soveltavan kielitieteen tutkimuksia 2018* (11), 156–176. Toim. Haapanen, L. – Kääntä, L. – Lehti, L. AFinLA-e. [Verkkajulkaisu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa: https://utuvolter.fi/permalink/358FIN_UTUR/1rsgc7g/cdi_crossref_primary_10_3066_0_afinla_69104
- lt.fi = Lassila & Tikanojan verkkosivut. [Verkkosivu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa: <https://www.lt.fi/fi/>
- Läärä, Hilla 2020: *Kiertotalous-sanon semanttiset kehukset ja diskurssit Helsingin Sanomien teksteissä*. Pro gradu -tutkielma. [Verkkajulkaisu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa: <https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/149861/opinn%C3%83%C2%A4ytety%C3%83%C2%B6.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mattila, Anna-Mari 2015: *Sosiaalisen median hyödyntäminen yhteiskunnallisessa markkinoinnissa*. Pro gradu -tutkielma. [Verkkajulkaisu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa: <https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/120100/TSEgradu2015Mattila.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- Miettunen, Eveliina 2017: *Suomen asuntomessujen monikanavainen viestintä: diskurssit markkinoinnin keinona*. Pro gradu -tutkielma.
- Nissilä, Heli – Lovio, Raimo 2011: Ilmastomuutoksen hillitseminen liiketoiminnan muutosvoimana. *Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa*, 52–74. Toim. Joutsenvirta, Maria – Halme, Minna – Jalas, Mikko – Mäkinen, Jukka. Gaudeamus Helsinki University Press, Helsinki.
- Palonen, Kari – Summa, Hilikka 1996: Johdanto: Retorinen käänne? *Pelkkää retoriikkaa*, 7–19. Toim. Palonen, Kari – Summa, Hilikka. Vastapaino, Tampere.
- Perelman, Chaïm 2007: *Retoriikan valtakunta*. 2. painos. Vastapaino, Tampere.
- Pietikäinen, Sari – Mäntynen, Anne 2009: *Kurssi kohti diskurssia*. Vastapaino, Tampere.
- Potter, Jonathan – Wetherell, Margaret – Chitty, Andrew 1991: Quantification rhetoric – cancer on television. *Discourse & society* 2 (3), 333–365. Sage, Lontoo.
[Verkojulkaisu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa: <https://journals-sagepub-com.ezproxy.utu.fi/doi/pdf/10.1177/0957926591002003005>
- Potter, Jonathan 1996. *Representing reality: Discourse, Rhetoric and Social Construction*. Sage Publications, Lontoo. [Verkojulkaisu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa: <https://dx.doi.org/10.4135/9781446222119>
- Puro, Jukka-Pekka 2005: *Retoriikan historia*. WSOY, Helsinki.
- Puro, Ulla 2007: *Reilua retoriikkaa*. Työväen Sivustysliitto TSL, Helsinki.
- Saukkonen, Pauli 2001: *Maailman hahmottaminen teksteinä: Tekstirakenteen ja tekstilajien teoriaa ja analyysia*. Helsinki University Press, Helsinki.
- Seppänen, Janne – Väliaverronen, Esa 2013: *Mediayhteiskunta*. Vastapaino, Tampere.
- Sitra 2021: Tulevaisuussanasto. Käsite: Hiilikädenjälki. [Verkkosivu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa: <https://www.sitra.fi/tulevaisuussanasto/hiilikadenjalki/>
- Sjöblom, Paula – Virsu, Ville 2022: Kiertotalous-sanatunnettuus ja merkitystulkinnat. *Puhe Ja Kieli* 41 (4), 265–284. [Verkojulkaisu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa: <https://doi.org/10.23997/pk.113853>
- Summa, Hilikka 1996. Kolme näkökulmaa uuteen retoriikkaan: Burke, Perelman, Toulmin ja retoriikan kunnianpalautus. *Pelkkää retoriikkaa*, 51–83. Toim. Palonen, Kari – Summa, Hilikka. Vastapaino, Tampere.
- TT = Tieteen termipankki. Kirjallisuudentutkimus: retoriikka. [Verkkosivu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa: <https://tieteentermipankki.fi/wiki/Kirjallisuudentutkimus:retoriikka>

- Virsu, Ville 2012: *Sitouttamisretoriikka yritysviestinnässä*. Väitöskirja. [Verkkojulkaisu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa: <https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/73970/AnnalesC331Virsu.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Virsu, Ville – Sjöblom, Paula 2020: Kiertotalouden kehykset: Vertailussa viranomaisviestintä ja kansalaisten määritelmät. *Media & Viestintä* 43 (3). [Verkkojulkaisu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa: <https://doi.org/10.23983/mv.98408>
- VISK = Hakulinen, Auli – Vilkuna, Maria – Korhonen, Riitta – Koivisto, Vesa – Heinonen, Tarja Riitta – Alho, Irja 2004: *Iso suomen kielioppi*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki. [Verkkojulkaisu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa: <https://scripta.kotus.fi/visk/etusivu.php>
- Väliverronen, Esa 1997: Mediat ympäristöpolitiikan areenana. *Liiketaloudellinen Aikakauskirja* 46 (2), 186–192. [Verkkojulkaisu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa: http://lta.lib.aalto.fi/1997/2/lta_1997_02_a5.pdf
- Wickert, Christopher – Risi, David 2019: *Corporate Social Responsibility*. Cambridge University Press. [Verkkojulkaisu.] [Viitattu 26.4.2022.] Saatavissa: <https://doi.org/10.1017/9781108775298>