



VAKKI

# Responsible Communication

ABSTRACTS

VAKKI SYMPOSIUM XLII  
University of Vaasa  
10.–11.2.2022

# Contents

PLENARY ABSTRACTS	3
Three decades of obstruction. How to analyze, understand and change communication patterns to avoid being stuck in the knowledge-action gap of climate change?	4
Scientific uncertainties in policy advice – a linguistic perspective / Wissenschaftliche Unsicherheiten in der Politikberatung – eine linguistische Perspektive	5
SESSION ABSTRACTS	
Session I	
“Remotely Innovative?” Experts’ views on challenges and possibilities of remote innovation	7
The multi-voiced nature of platform work – Writings and discussion on the current phenomenon of working life in Europe	8
Informal leadership: A literature review and future research	9
Terminological responsibility – what and for whom?	10
Terminologiarbete i Sverige och Finland: institutioner, frågor och (an)svar	12
Suomalaisten ja venäläisten lakitermien osittaisen vastaavuuden oikeudelliset ja kielelliset reunaehdot	14
Session II	
Ilmastonmuutosaiheisten verkkokeskustelujen tulevaisuuskuvat ja niiden vastuukysymykset	15
Consumers and sustainability in English language news media 2014–2021	16
Representations of responsible expertise – building sector professionals as agents for climate-wise housing	17
Ilmastonmuutokseen sopeutumisesta viestiminen: haasteet ja mahdollisuudet	18
Vastuullinen toimijuus ja kestävyysarvot suomalaisten tekstiiliyritysten markkinointitarinoissa	19
“Året präglades av coronaviruspandemin” – Regeringar rapporterar om statligt ägda bolag i Sverige och Finland	20
Session III	
Party leader agency and rhetoric on social media – Finnish parliamentary election campaign 2019 communication	21
Multimodal cohesion across language barriers – a linguistic analysis of multilingual commentaries to YouTube vlogs	23
Säästämisen ja sijoittamisen risteyksiä pankkien Twitter-viestinnässä	24

## Session IV

Humour as a strategy of counterspeech in social media	25
Nachhaltige Kommunikationspraktiken in der Geschäftskommunikation zwischen Finnland und den deutschsprachigen Ländern: Zum Sprachenbedarf aus der Perspektive schwedischsprachiger Mitarbeiter/innen	26
Nachhaltigkeit und Werbung	28
Vastuullinen viestintä: eettisiä ja filosofisia huomautuksia	29
Vastuullinen viestintä muistisairaiden hoivakotiasukkaiden läheisten ja hoitohenkilöstön välillä	30

## Session V

Tietoturvaloukkaukset tietosuojavaltuutetun päätöksissä	31
Risk management and responsible use of unedited machine translation	32
AI Ethics Principle Discourse and how to make things clearer – the less spoken issues	33
Äidinkielenomainen ruotsi-oppiaine suomenkielisissä peruskouluissa	34
”Det är viktigt att läkaren kan bemöta och behandla patienter också på svenska” – Hur ser finsktalande medicinstudenter på användning av svenska i det blivande läkaryrket?	35

## WORKSHOPS

Selkokielen kohderyhmät ja niiden huomioiminen selkokielen tutkimuksessa	36
Käyttäjatarpeiden arviointi ja kohderyhmät teknisessä viestinnässä	37
Suomenruotsalaiset viittomakieliset selkokielen kohderyhmänä	38
Katsauksia selkokielen kohderyhmien määrittelyyn eri maissa	39
Målgrupper för lätt svenska – behov och läsmål	40
Ei-asiantuntijoiden käsitykset selkokielestä	41
Verkkosivun sisällöllisen saavutettavuuden arviointi	42
Selkokieltä ja käännöksiä – diskurssikartoitus kielellisestä saavutettavuudesta	43
Sana-assosiaatiotesti kehitysvammaisille selkokielen käyttäjille	44
Journalistisen valokuvan kohdentaminen selkolukijalle	45

Responsibility in Influencer Communication / Vastuullisuus vaikuttajaviestinnässä	46
Meikki-selfiet ja asukuvat yhteiskunnallisen vaikuttamisen kanavana	47
Toimittajat ja vaikuttajat vastuullisuusviestinnän tekijöinä hybridissä mediaympäristössä	48
Lääkärit Instagramissa: perinteisen asiantuntijuuden puolustamista vai laajentamista?	50
Debating influencer responsibility on an anonymous social media platform	52
How does influencer marketing create vulnerabilities for SMIs?	54



VAKKI

# PLENARY ABSTRACTS

## Three decades of obstruction. How to analyze, understand and change communication patterns to avoid being stuck in the knowledge-action gap of climate change?

Martin Hultman<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Chalmers University of Technology

Since over thirty years back scholars from different disciplines have asked themselves why we don't act when we know the challenges of our fossil fueled climate change. The answers vary when different types of disciplined research questions are asked and specific theories are to be proven or dismissed. But what happens if we make use of a supradisciplinary method in which the various kinds of disciplinary knowledge are not only to be added to each other, but to fertilize them into new combinations, and new types of research questions are asked? In this presentation specific results from in-depth empirical studies from a supradisciplinary knowledge base done at Centre for Studies of Climate Change Denialism are presented as well as overarching theoretical developments of how to understand humanities current ecocidal trajectory and suggestions what to do about it.

## Scientific uncertainties in policy advice – a linguistic perspective

Nina Janich<sup>a</sup>

<sup>a</sup>TU Darmstadt

Policymakers quite often need scientific knowledge as a basis for political decisions; climate change or even the Covid19 pandemic are obvious examples. However, science cannot always provide exactly those evidences and facts that policy makers would like to have - research and scientific work are also characterized by non-knowledge, uncertainties and controversies. In particular, the forecasts that policymakers hope for are usually based on models, plausibilities, and probability calculations, which must be handled responsibly accordingly. The talk therefore deals from a linguistic perspective with scientific non-knowledge using the example of scientific policy advice in Germany and the controversies that arise when science in this context abandons its epistemic practice in favor of an overly legitimizing function.

## Wissenschaftliche Unsicherheiten in der Politikberatung – eine linguistische Perspektive

Politik benötigt nicht selten wissenschaftliches Wissen als Grundlage für politische Entscheidungen, der Klimawandel oder auch die Covid19-Pandemie sind dafür offensichtliche Beispiele. Die Wissenschaft kann aber nicht immer genau diejenigen Evidenzen und Fakten bieten, die die Politik gerne hätte – Forschung und wissenschaftliches Arbeiten sind auch von Nichtwissen, Unsicherheiten und Kontroversen geprägt. Insbesondere die von der Politik erhofften Prognosen basieren in der Regel auf Modellen, Plausibilitäten und Wahrscheinlichkeitsberechnungen, mit denen entsprechend verantwortungsvoll umzugehen ist. Der Vortrag beschäftigt sich daher aus linguistischer Perspektive mit wissenschaftlichem Nichtwissen am Beispiel der wissenschaftlichen Politikberatung in Deutschland und den Kontroversen, die entstehen, wenn Wissenschaft in diesem Kontext ihre epistemische Praxis zugunsten einer allzu stark legitimatorischen Funktion aufgibt.

### Literature

- Gieryn, T. F. (1983). Boundary-work and the demarcation of science from non-science: strains and interests in professional ideologies of scientists. In: *American Sociological Review* 48.6, 781–795.
- Gieryn, T. F. (1995). Boundaries of Science. In: A. I. Tauber, (ed.). *Science and the Quest for Reality. Main Trends of the Modern World*. London, 293–332.
- Heinelt, H. (2019). *Challenges to Political Decision-making: Dealing with Information Overload, Ignorance and Contested Knowledge*. London.
- Janich, N. & Simmerling, A. (2015). Linguistics and Ignorance. In: M. Gross & L. McGoey, (eds.). *Routledge International Handbook of Ignorance Studies*. London/New York, 125–137. (2<sup>nd</sup> edition in print.)
- Janich, N. & Stumpf, C. (2018): Verantwortung unter der Bedingung von Unsicherheit – und was KlimawissenschaftlerInnen darunter verstehen. In: N. Janich & L. Rhein, (eds.). *Unsicherheit als Herausforderung für die Wissenschaft. Reflexionen aus Natur-, Sozial- und Geisteswissenschaften*. Frankfurt am Main u.a., 179–205.
- Jasanoff, S. & Wynne, B. (1998). Science and Decision Making. In: S. Rayner & E. L. Malone, (eds.). *Human Choices and Climate Change*. Vol. 1. Columbia (OH), 1–88.
- Shala, E. (2015): A new path in foresight validation? Discussing the socio-epistemic underpinning of foresight quality criteria. In: *European Journal of Futures Research* 3:19. DOI 10.1007/s40309-015-0079-4



VAKKI

# SESSION ABSTRACTS

Sessions I-V

## “Remotely Innovative?” Experts’ views on challenges and possibilities of remote innovation

Mona Enell-Nilsson<sup>a</sup>, Kimmo Rautanen<sup>b</sup>, Yvonne Backholm-Nyberg<sup>c</sup> & Arto Rajala<sup>d</sup>

<sup>a</sup>University of Vaasa

<sup>b</sup>Åbo Akademi University

<sup>c</sup>Åbo Akademi University

<sup>d</sup>University of Vaasa

In spring 2020, the Covid-19 pandemic forced organisations and employees to change their ways of working within a very limited time. In this context, organisations had to quickly reconsider also their innovation management procedures and had to adopt and start to practice remote innovation (George et al., 2020b). As Konrad-Märk (2021: 2) points out, remote work practices were not completely new to the innovation community, since open innovation inherently involves also geographically dispersed teams and members. Nevertheless, the virtual teams have, during the pandemic, expanded across the entire innovation ecosystem also including employees from organisations previously collaborating in one physical location.

In our paper, we analyse experts’ views on challenges and possibilities of remote innovation. Our data consists of semi-structured interviews with experts in the Vaasa region leading various kinds of innovation processes and representing organisations from different sectors, i. e. industry, academia, governance, and the third sector. The method we apply is a qualitative content analysis.

In our analysis, we categorise the challenges and possibilities based on the conceptual framework and the determining factors of remote innovation as suggested by Konrad-Märk (2021: 11). In addition, we examine whether there is evidence of conscious design choices behind the swift transition to remote work, by checking the actions described against the principles for human-centred design (ISO 9241-210:2019) and the framework of experience design (Hassenzahl 2010: 2014) Based on this, we examine ways of incorporating design choices into Konrad-Märk’s (2021) conceptual framework setup of competencies and tools. We thereby answer to the call for more academic research on remote work from an innovation perspective (e. g. Konrad-Märk 2021: 11).

The data has been collected within the project “Digitalt på distans” carried out by Åbo Akademi University in cooperation with the University of Vaasa and funded by the Regional Council of Ostrobothnia.

### References

- George, G., Lakhani, K. R., & Puranam, P. (2020). What has changed? The Impact of Covid Pandemic on the Technology and Innovation Management Research Agenda. *Journal of Management Studies* 57(8), 1754-1758.
- Konrad-Märk, M. (2021). Remote Innovation: How Remote Work relates to Open Innovation. Paper presented at The ISPIIM Innovation Conference – Innovating Our Common Future, Berlin, Germany on 20-23 June 2021. In: Event Proceedings: LUT Scientific and Expertise Publications.
- Hassenzahl, M. (2010). *Experience design: Technology for all the right reasons*. San Rafael, California: Morgan & Claypool.
- ISO 9241-210:2019. Ergonomics of human-system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems.



## The multi-voiced nature of platform work – Writings and discussion on the current phenomenon of working life in Europe

Marja Rautajoki<sup>a</sup>

<sup>a</sup> University of Turku

In my article-based doctoral thesis, I study the discussion on platform work, its status and the meanings it receives from the perspective of different actors in the EU area.

Platform work has become one of the key phenomena of working life, and its importance is growing in the labour market, social debate, decision-making and legislation. The term platform work is used for a wide range of work, employment and work tasks related to platforms, e.g. intermediated work via Foodora platform. The latest research shows that digital labour platforms are changing the supply of work by increasing the opportunities to seek short-term and flexible work, but at the same time offer the opportunity to evade regulation, e.g. taxation and social security, thereby undermining the quality of employment. Platform work includes responsibility thematic as well, e.g. the employment status of the workers and the responsibilities of the platform companies.

With a linguistic approach to the theme 'platform work', it is possible to define its role from the point of view of public debate, worker, labour market and employer. In my first article I examine how platform work is described in German and Finnish written media in 2017-2021 using newspaper articles as data. The second article explores how actors in the international labour market position platform work, using ILO and Eurofound reports and policy briefs as data. In my third article I plan to study how platform workers talk about platform work in Germany and Finland by interviewing platform workers. Fourth article examines platform companies and what kind of representations they produce. The data from each article will be analysed using the same methodology, consisting of a combination of text, content and discourse analysis.

## Informal leadership: A literature review and future research

Tiina Leino<sup>a</sup>

<sup>a</sup>University of Vaasa

In the transformation of work, knowledge workers are becoming increasingly specialized. Knowledge and actions are created, shared, and developed with peers and networks even more so than with supervisors. Since it is important to have influence over the decisions, leading informally is needed. Informal leadership (IL), leadership influence without designated power position, is an option to renew working and leadership. Informal leadership, being a part of the collectivistic leadership approaches, is a dynamic social process, which can add to the value created in organizations.

Through a systematic review of informal leadership literature, one that has not been come across, a rather comprehensive picture of informal leadership is provided. IL has gained increasing and multidisciplinary research interest in the last two decades. Through searches in six databases, with included fields of management, leadership, organizations, business, psychology, behavioral sciences, and social sciences interdisciplinary, a total of 274 research articles were found, and eventually, 86 articles were included.

Literature analysis revealed the approaches, topics, methods, findings, and gaps in informal leadership research. Themes of IL, the nomological network of IL, and suggestions for future research are presented. Themes include aspects of expert knowledge, change, creativity, action, dialogue, and influence. Themes are complemented by the features of IL: common ground, voluntary, given by others, and invisible.

Collectivistic forms of leadership are needed, as the fundamental nature of organizations is changing, e.g. due to digitalization and location-free work. New approaches to leadership are required that go beyond the hierarchical leader-focused view. Thus, the knowledge and influence used in expertise positions become essential, and this can be utilized through informal leadership. This paper advances the discussion concerning informal leadership, changing leadership paradigm, and leadership development in organizations. Informal leadership should be acknowledged as part of organizational leadership practice.

Keywords: informal leadership, leadership emergence, collectivistic leadership, literature review

## Terminological responsibility – what and for whom?

Henrik Nilsson<sup>a</sup>

<sup>a</sup> EAFT, Swedish Association for Terminology and LSP

The Swedish Centre for Terminology TNC closed at the end of 2018, but before its closure it ran a series of seminars directed at various professional groups, with the aim of discussing their terminological responsibility. First the groups of translators and interpreters were in focus, followed by lawyers and other legal professions and finally, journalists. More seminars were planned but were never realized.

“In everyday language, people often use the terms responsibility, accountability and liability as if they are synonyms. They are intertwined but they are not the same. Responsibility is the duty to take action. Responsibility can also be shared. Taking responsibility is something you or a group chooses to do, not something an authority assigns to you.” (Coursera 2020)

The concept of terminological responsibility is complex, and it was chosen as a theme for the EAFT Summit in 2012. This paper will present various interpretations and examples of what terminological responsibility can entail and how it can be taken, on various levels and by different people and organizations. What actions can and should be taken – and by whom? The paper will retrace the experiences from the earlier TNC seminars directed at translators, lawyers and journalists and add more recent takes on the concept of terminological responsibility for groups of “terminology workers” (e.g. concept modelers, enterprise architects) and organizations. Concepts of terminology policy, domain loss, trust and crowdsourcing in terminology work, which can all be linked to terminological responsibility, will also be touched upon.

The author has discussed the issue of terminological responsibility in contexts of national terminological and linguistic policies, but also in connection to teaching translators and interpreters.

### References

- Nilsson, H. (2018). “Être ennuyeux : nouvelles perspectives sur la responsabilité terminologique du traducteur dans le contexte européen”. In: A-M. Velicu & s. Berbinski (Hrsg.). Terminologie(s) et traduction : les termes de l’environnement et l’environnement des termes. Berlin; Bern; Wien: Peter Lang.
- Nilsson, H. (2017). “Terminology Work – a Trust Issue”. In: U E. Petkova, M. Mihaylova-Palanska, S. Kolkovska, (ur.). The language of science and the science of language. A Festschrift in honor of Cor. Member Prof. D.Sc. Maria Popova. Prof. Marin Drinov (ed.) Sofia: Publishing House of Bulgarian Academy of Sciences
- Nilsson, H. (2017). “Förtroende = förutsättning!? Om förtroende, terminologiarbete och termbanker” IN: Nordterm 20: Hvem er brukerne av terminologiske ressurser – og hvordan når vi ut til dem? Rapport fra NORDTERM 2017 Kongsberg, Norge 12.–15. juni 2017.
- Nilsson, H. (2016). Workshop at European Parliament. <https://termcoord.eu/2016/09/the-terminological-responsibility-of-translators-workshop-by-henrik-nilsson/>
- Nilsson, H. (2015). “Everyone’s expertise in terminology work: top or bottom?” IN: VII EAFT Terminology Summit 2014 – Proceedings
- Coursera. (2020) Legal Terminology: Responsibility, Accountability, and Liability, <https://www.coursera.org/lecture/promote-ethical-data-driven-technologies/legal-terminology-responsibility-accountability-and-liability-lxSZa> [2021-12-10]

EAFI. (2013). Terminology – responsibility and awareness. 6th terminology Summit – Soria Moria, Oslo, 11th and 12th October 2012. Oslo: Språkrådet. [https://files.eaft-aet.net/old-website/files/EAFI\\_Summit\\_2012/Proceedings\\_EAFISummit2012.pdf](https://files.eaft-aet.net/old-website/files/EAFI_Summit_2012/Proceedings_EAFISummit2012.pdf) [2021-12-10]

## Terminologiarbete i Sverige och Finland: institutioner, frågor och (an)svar

Hans Landqvist<sup>a</sup>, Niina Nissilä<sup>b</sup>, Nina Pilke<sup>c</sup> & Sannina Sjöberg<sup>d</sup>

<sup>a</sup>Göteborgs universitet

<sup>b</sup>Vasa universitet

<sup>c</sup>Vasa universitet

<sup>d</sup>Vasa universitet

Mellan 1941 och 2018 fungerade Tekniska Nomenklaturcentralen – TNC (2000–2018: Terminologicentrum – TNC) som Sveriges nationella centrum för fackspråk och terminologi. Inom det pågående projektet *Termer i tiden – tidens termer* kartlägger forskare TNC:s arbete för att trygga tillgången på god terminologi inom olika fackområden och bidra till god terminologisk praxis. (Landqvist et al. 2017; *Termer i tid – tidens termer*) En finländsk motsvarighet till TNC inrättades 1974: Centralen för Teknisk Terminologi rf/Terminologicentralen TSK rf/Terminologicentralen rf (TSK 2021).

I denna studie kartlägger vi samarbetet mellan nationella terminologiorgan i Sverige och Finland och det ansvar som TNC och TSK tog åren 1975–1998. En av TSK:s/Terminologicentralen rf:s centrala arbetsuppgifter är att "utarbета finsk- och svenskspråkiga ordlistor och ontologier" (TSK 2021). Företrädare för TNC har å sin sida uttalat sig positivt om möjligheter till samarbete bl.a. i fråga om "alla frågor som rör svensk-finsk terminologi" (Anonym 1975). Våra forskningsfrågor är:

1. Vilka teman är aktuella: information, kontakt, publikationer, språkfrågor (jfr Nissilä et al. under utgivning)?
2. Vilka resultat leder kontakterna mellan Sverige och Finland till i fråga om olika teman?

Som material för studien fungerar en delmängd av TNC:s omfattande arkiv, nämligen "Utlandskorrespondens Finland" (Ufin) 1941–1998. Ufin omfattar bl.a. dokumentation av kontakter i skrift mellan TNC och TSK. Ufin-materialet kompletteras med information från publikationerna TNC-Aktuellt och Terminfo. Materialet undersöks kvalitativt och kvantitativt med utgångspunkt i språkplanering (se t.ex. Haugen 1983; Kaplan & Baldauf 1997). I den kvalitativa resultatredovisningen behandlar vi lingvistiska frågor (korpusplanering) och val av språk eller språklig varietet (statusplanering). Resultaten av den kvantitativa analysen redovisas med hjälp av tabeller och figurer. Vi reder ut hur breven i materialet fördelar sig över tid och kategoriserar breven enligt tema.

### Referenser

- Anonym (1975). Terminologicentral i Finland. I: TNC-Aktuellt 1975:5. Årgång 17, 2. Tillgänglig: [https://terminologiframjandet.se/h552a9FtZ/wp-content/uploads/2021/03/TNC-Aktuellt\\_1975\\_5.pdf](https://terminologiframjandet.se/h552a9FtZ/wp-content/uploads/2021/03/TNC-Aktuellt_1975_5.pdf)
- Haugen, Einar (1983). The implementation of corpus planning – theory and practice. Ingår i Cobarrubias, Juan & Fishman, Joshua A., eds. *Progress in language planning: International perspectives*, 269–289. Contributions to the Sociology of language 31. Berlin: Mouton Publishers.
- Kaplan, Rober B. & Baldauf Jr Richard B. (1997). *Language planning: From practice to theory*. Multilingual matters 108. Clevedon: Multilingual matters Ltd.
- Landqvist, Hans, Niina Nissilä & Nina Pilke (2017). "Gryta bör vara benämning för kärl av kraftigt material ..." Experters bidrag för att skapa terminologiska resurser. I: *Hvem er brukerne av terminologiske resurser – og hvordan når vi ut til dem?* Oslo, 17–30.

Nissilä, Niina, Sanna Heittola, Nina Pilke & Hans Landqvist (under utgivning). Yksilö, organisaatio, instituutio – Akateemiset uranuurtajat terminologian verkostojen toimijoina. VAKKI 2021.

Termer i tid – tidens termer. Tillgänglig: <https://sites.uwasa.fi/term/>

TSK (2021) = Terminologicalen TSK rf. Tillgänglig: [http://www.tsk.fi/tsk/sv/terminologicalen\\_tsk\\_rf-121.html](http://www.tsk.fi/tsk/sv/terminologicalen_tsk_rf-121.html)

## Suomalaisten ja venäläisten lakitermien osittaisen vastaavuuden oikeudelliset ja kielelliset reunaehdot

Igor Kudashev<sup>a</sup>, Jarmo Koistinen<sup>b</sup>, Mikhail Mikhailov<sup>c</sup> & Julia Souma<sup>d</sup>

<sup>a</sup>Tampereen Yliopisto

<sup>b</sup>Keskusrikospoliisi

<sup>c</sup>Tampereen Yliopisto

<sup>d</sup>Tampereen Yliopisto

Suomi ja Venäjä tekevät paljon yhteistyötä lain ja hallinnon alalla, jossa terminologian tarkkuus ja selkeys ovat ehdottomia edellytyksiä laadulliselle ja vastuulliselle viestinnälle. Suomen ja Venäjän oikeusjärjestelmät ja kielet eroavat kuitenkin suuresti toisistaan, minkä takia lakialan termien kääntämiseen liittyy paljon haasteita.

Tarkastelemme esityksessämme suomalaisten ja venäläisten lakialan termien vastaavuusongelmia sekä kielitieteellisestä että oikeustieteellisestä näkökulmasta. Vastineille asetettaviin vaatimuksiin vaikuttaa jo se, että oikeuskieli eroaa yleiskielestä, mutta ennen kaikkea vastinevaatimuksiin vaikuttavat oikeusjärjestelmien ja kielten väliset erot. Niinpä onnistuneiden ratkaisujen löytämiseksi tarvitaan oikeusvertailua ja tietoa oikeusjärjestyksen systemaattisista eroista. Systemaattisiin eroihin kuuluu muun muassa erilainen oikeuslähteoppi, jolla on merkitystä myös lakitermien kääntämisessä.

Tutkimusaineistona toimii suomalais–venäläinen lakialan termipankki LATTER, jonka kehitimme Cultura-säätiön rahoittamassa Tampereen yliopiston hankkeessa 2017–2018. Termipankin ensisijaisia kohderyhmiä ovat auktorisoidut kääntäjät, asioimis- ja oikeustulkkit sekä käänнос- ja tulkkauskurssien opettajat ja opiskelijat. Termipankki keskittyy rikos-, työ- ja perheoikeuteen eli niihin oikeudenaloihin, jotka ovat erityisen tärkeitä ja kysytyjä suomalais–venäläisessä kontekstissa. Termipankissa on tällä hetkellä noin 1500 suomalaista termiä ja yli 2000 venäjänkielistä vastinetta. Termipankkia on tarkoitus kehittää tulevaisuudessa yhteisöllisesti eli käyttäjät voivat antaa termipankista ja yksittäisistä tietueista palautetta sähköisen lomakkeen avulla.

Aineiston analyysin perusteella tulimme siihen johtopäätökseen, että normatiivisessa termityössä vallitseva tiukka käsitelähtöinen lähestymistapa on lakialalla riittämätön. Osoitamme esimerkkien avulla, että osittaiset vastineet voivat toimia tietyissä konteksteissa funktionaalisesti sopivina vastineina, kun taas samaan käsitteeseen viittaavat ilmaisut eivät voi toimia vastineina silloin, kun niiden käyttöominaisuudet eroavat lähtökielen termistä. Näitä ominaisuuksia voivat olla esimerkiksi sivumerkitykset, konnotaatiot, rekisteri, frekvenssi ja paradigmaattiset suhteet. Tarkastelun perusteella ehdotamme muutoksia vastineluokitteluun. Lisäksi esitämme useita tapoja osittaisten vastineiden vastaavuuden kuvaamiseen, jotta kääntäjä tai tulkki osaisi käyttää oikeita kompensatiokeinoja.

## Ilmastonmuutosaiheisten verkkokeskustelujen tulevaisuuskuvat ja niiden vastuukysymykset

Mikko Karhu<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Vaasan yliopisto

Ilmastonmuutoksen puhuttavuus näkyy vilkkaana keskusteluna sosiaalisessa mediassa. Aihetta käsittelevien iltapäivälehtien verkkouutisten ja nettifoorumien kommenttialueet täyttyvätkin runsaista viesteistä. Olemme tarkastelleet artikkelityössämme ilmastonmuutoskeskustelua näissä some-kanavissa käyttämällä välineistönä tutkimuskirjallisuuden pohjalta rakennettua utopia- ja dystopiakäsitteistöä. Välineistöllä uutisten ja nettifoorumien kommentteja luokiteltiin neljään tulevaisuussuhtautumistapaan.

Kommenteissa maalataan tulevaisuuskuvia, joissa unelma ilmaston pelastumisesta tai pelottava ilmastokatastrofi on käynyt toteen. Äärilaitojen välimaastoon sijoittuvat kriittisemmät tulevaisuuskuvat ovat kuitenkin huomattavasti runsaampia. Verkkokeskusteluista muodostuikin usein ääripäiden ja niitä lieventävien kommenttien mittelo. Sosiaalisen median kanaviin kirjoitetut viestit ovat usein polarisoivia, äkkipikaisia ja vähemmän harkittuja välittäessään utooppista tai dystooppista tulevaisuuskuva. Utooppisissa kommenteissa asetetaan ylioptimistisia odotuksia ilmastonmuutoksen torjumiseksi useasti teknologiaan, uskontoon ja ympäristöasenteiden muuttamiseen perustuvilla keinolla. Yleisemmät dystooppiset kommentit välittävät synkkiä tulevaisuuskuvia, joissa ilmastonmuutoksen riittämättömän torjunnan, kyseisellä ilmiöllä pelottelemisen ja jopa ilmastotoimien esitetään johtavan tuhoon. Osa dystooppisista kommenteista esittää ilmastonmuutoksen laajamittaiseksi petokseksi. Selkeästi yleisempiä ovat utooppisia ja dystooppisia tulevaisuuskuvia kritisoivat antiutooppiset ja antidystooppiset kommentit. Kaikkein yleisimmät antiutooppiset kommentit kritisoivat välinpitämätöntä unelmakuplassa elämistä ja hyvätahtoisten ilmastotoimien riskiä sittenkin heikentää hyvinvointia. Ankeita väitteitä ilmastonmuutoksen hallitsemattomuudesta, hyvinvoinnin romahtamisesta ja tuhon väijäämättömyydestä puolestaan torjutaan toiseksi yleisimmillä antidystooppisilla kommenteilla.

Tulevaisuuskuvat ilmastonmuutoksesta iltapäivälehtien ja verkkofoorumien kaltaisten somekanavien välittämänä kytkeytyvät mielipidevaikuttamisen vastuukysymyksiin. Verkkouutisia ja nettifoorumien keskusteluavauksia kommentoivat pääosin yksittäishenkilöt, jotka kokevat tarvetta ilmaista sekä suhtautumisensa ilmastonmuutokseen että maailmankuvaansa levittääkseen niitä ja hakeakseen vastaavasti ajattelevien huomiota. Laajasti luettuihin ja kommentoituihin keskusteluihin saattaa osallistua lisäksi tahoja poliittisissa, kaupallisissa ja yhteiskunnallisissa vaikutuspyrkimyksissä. Räväköinä avauksina utooppiset ja dystooppiset kommentit luovat saavat huomiota ja luovat keskustelua. Ne ovat kuitenkin luotettavuudeltaan epäilyttävää ja vastuullisuudeltaan kyseenalaista viestintää. Antiutooppiset ja antidystooppiset kommentit ovatkin toimivampia luomaan rakentavaa keskustelua ilmastonmuutoksesta. Utooppiset ja dystooppiset kommentit kuitenkin kuuluvat verkkokeskusteluihin. Utooppisista kommenteista on hyötyä kiinnittämään huomio ilmastonmuutoksen ratkaisuehdotuksiin. Dystooppiset kommentit kiinnittävät huomion uhan vakavuuteen ja pyrkivät nostamaan riskitietoisuutta.

Abstrakti perustuu Tommi Lehtosen kanssa kirjoitettuun ja arvioinnissa olevaan artikkelityöhön "Tulevaisuuskuvat ilmastonmuutosaiheisissa verkkokeskusteluissa"



## Consumers and sustainability in English language news media 2014–2021

Ella Lillqvist<sup>a</sup>

<sup>a</sup> University of Vaasa & University of Helsinki

The reasons and possible solutions for climate change are intimately connected to the economic system and the ways we collectively make sense of economic reality; consumerism and the ideal of perpetual growth are among the factors impeding sufficient addressing of climate change. The interpretations, practices and effects of the economy on the environment are in part constructed socially in communication, particularly in widely spread and thus highly influential mass media. In this study, I use the term economic imaginaries, which refers to simplified and selective shared ways of understanding the nature and role of various facets of the economic world (Sum & Jessop 2013). At any time, some economic imaginaries are hegemonic; however, they are also liable to contestation and resistance. They can change particularly during crises, which are potential moments of intervention and transformation that open up a space for alternative construals and responses. The corona virus and its economic fallout could change mindsets and create new understandings, but there is also a concern that it has distracted from addressing the wider problem of climate change.

This study uses corpus-assisted discourse analysis of a very large corpus of media texts, the Timestamped JSI web corpus 2014-2021. Doing this, it aims to provide new insights into economic imaginaries about the role consumption and consumers in the economy—particularly as they relate to sustainability, responsibility, and power—and to find out whether these imaginaries are unsettled and transformed across a period of crisis.

### Reference

Sum, N.-L., & Jessop, B. (2013). *Towards a Cultural Political Economy: Putting Culture in its Place in Political Economy*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

## Representations of responsible expertise – building sector professionals as agents for climate-wise housing

Liisa Kääntä<sup>a</sup>, Merja Koskela<sup>b</sup>, Eveliina Salmela<sup>c</sup> & Henna Syrjälä<sup>d</sup>

<sup>a</sup> University of Vaasa

<sup>b</sup> University of Vaasa

<sup>c</sup> University of Vaasa

<sup>d</sup> University of Vaasa

This paper focuses on responsible communication in Finnish journalistic media. The aim of the study is to analyze to which degree and how building sector professionals are represented as responsible agents for climate-wise housing. By the term climate-wise housing we refer to complex housing related practices and solutions that take environmental and climate change aspects of our everyday lives into account (cf. e.g. Lovell 2004).

The idea of responsibility is approached from two perspectives: 1) responsibility as informative, fact-based, as well as good, ethical and transparent communication, and 2) responsibility as communication of and for sustainability issues. (See e.g. Ziemann 2011.)

The data consists of 30 digital journalistic articles from the professional magazine *Rakennuslehti* from 2020. It is a part of a larger dataset collected in the multidisciplinary project *Decarbon-home* ([decarbonhome.fi](http://decarbonhome.fi)). We focus on the representations of building sector professionals, which we approach through a discourse analytical approach (e.g. Cherry et al. 2015; Fairclough 1995). The representations of professionals are recognized at textual level, presented both with the journalist's voice and with the expert's own voice.

Our preliminary findings indicate that the professionals express responsibility through different discourses, such as energy efficiency and sustainable planning. These are linguistically produced more as we-talk than from the individual point of view. That means that the professionals represent responsible expertise in the name of specific institutions, communities or entrepreneurships (cf. Coen et al. 2020; Williams 2015). Thus, some kind of image managing is going on in which the professionals are represented as agents that simultaneously are and do good things regarding sustainable issues in building and housing.

### References

- Cherry, C., et al. (2015). Media discourses of low carbon housing: The marginalisation of social and behavioural dimensions within the British broadsheet press. *Public understanding of science* 24(3), 302-310.
- Coen, S., et al. (2020). Talk Like an Expert: The Construction of Expertise in News Comments Concerning Climate Change. *Public Understanding of Science*, December 2020.
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. Edvard Arnold.
- Lovell, H. (2004) Framing sustainable housing as a solution to climate change. *Journal of Environmental Policy & Planning*, 6:1, 35-55.
- Williams, A. (2015). Environmental news journalism, public relations and news sources. In A. Hansen & R. Cox (Eds.), *The Routledge handbook of environment and communication* (pp. 197–206). Routledge.
- Ziemann A. (2011) *Communication Theory and Sustainability Discourse*. In Godemann J. & Michelsen G. (eds), *Sustainability Communication* (pp. 89-96). Springer.

## Ilmastonmuutokseen sopeutumisesta viestiminen: haasteet ja mahdollisuudet

Annu Perälä<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Vaasan yliopisto

Ilmastonmuutoksen jatkaessa etenemistään sopeutumisesta on tullut entistä akuutimpi ja konkreettisempi yhteiskunnallinen kysymys ympäri maailmaa. Tämä kasvattaa monien organisaatioiden tarvetta viestiä ilmastonmuutokseen sopeutumisesta. Artikkelissani tarkastelen, millaisia haasteita ja mahdollisuuksia sopeutumisviestintään liittyy ilmastotoimijuuden edistämisen näkökulmasta. Artikkelin tarkoituksena on tarjota työkaluja sopeutumisviestintää tekeville organisaatioviestijille sekä koota yhteen laajasti aiemman kirjallisuuden antia ja hahmottaa kentällä olevia tutkimusaukkoja. Kirjallisuuskatsaukseni yhdistää aihealueesta tehtyä viestinnän tutkimusta (esim. Moser 2014; Simonet & Fatori 2015) asennetutkimukseen, jossa on tarkasteltu ihmisten sopeutumiseen liittyvää toimijuutta ja keskeisiä vaikuttamisia sille (esim. van Valkengoed & Steg 2019). Alustavan analyysin mukaan kirjallisuudesta on nostettavissa viisi ulottuvuutta, jotka kaikki asettavat organisaatioiden sopeutumisviestinnällä sekä mahdollisuuksia että haasteita. Ulottuvuudet ovat 1) sopeutumiskäsitteen uutuus ja abstraktius, 2) sopeutumiseen voimakkaasti liitettävä paikallisuus, 3) sopeutumisen ymmärtäminen luovuttamisena muista ilmastotavoitteista, 4) sopeutumisen ymmärtäminen ensisijaisesti taloudellisten linssien läpi sekä 5) sopeutumisen ymmärtäminen yhteiskunnan laaja-alaisena resilienssinä.

### Lähteet

- Moser, S. (2014) Communicating adaptation to climate change: the art and science of public engagement when climate change comes home. *WIREs Climate Change* 5(3), 337–358.
- Simonet, G. & Fatori, S. (2015) Does “adaptation to climate change” mean resignation or opportunity? *Regional Environment Change* 2015(16), 789–799.
- van Valkengoed, A. M. & Steg, L. (2019) Meta-analyses of factors motivating climate change adaptation behaviour. *Nature Climate Change* 9, 158–163.

## Vastuullinen toimijuus ja kestävyysarvot suomalaisten tekstiiliyritysten markkinointitarinoissa

Paula Sjöblom<sup>a</sup>, Ville Virsu<sup>b</sup>, Marileena Mäkelä<sup>c</sup> & Tiina Onkila<sup>d</sup>

<sup>a</sup>Turun yliopisto

<sup>b</sup>Turun yliopisto

<sup>c</sup>Jyväskylän yliopisto

<sup>d</sup>Jyväskylän yliopisto

Yritysten vastuullisuus on käsitteenä moniulotteinen, ja kirjallisuudessa sille on monia määritelmiä. Se pitää sisällään esimerkiksi taloudellisen, ympäristöllisen ja sosiaalisen vastuun, vastuun sidosryhmistä sekä vastuun vapaaehtoisuuden. Yritysten vastuullisuus tarkoittaa näiden ulottuvuuksien systemaattista kehittämistä. Vastuullisuusviestinnän voi puolestaan määritellä lyhyesti organisaation vastuullisuudesta viestinnäksi. Vastuullisuusviestintä on laaja käsite, joka kattaa sekä sisäisen että ulkoisen viestinnän. Sen työkaluja ovat esimerkiksi vastuullisuusraportointi ja markkinointiviestintä.

Tekstiiliteollisuus on tunnetusti maailman mittakaavassa suurimpia ympäristöä kuormittavia teollisuudenaloja: sen hiilijalanjälki ylittää kansainvälisen lento- ja laivaliikenteen yhteenlasketun määrän, ja merien mikromuovien merkittävä lähde on tekstiilien pesu. Eettisestä tuotannosta ja ympäristövastuusta onkin tullut yksi keskeinen elementti tekstiili- ja vaateyritysten markkinoinnissa. Yritykset pyrkivät välittämään itsestään kuvaa eettisinä ja vastuullisina toimijoina, ja tähän liittyy keskeisesti kysymys arvoista.

Nykyisin markkinoinnissa tukeudutaan usein tarinoihin. Tämän tutkimuksen tavoitteena on tutkia suomalaisten tekstiiliyritysten markkinointiviestintää yritystarinoiden kautta. Tutkimme teksteistä vastuulliseen toimijuuden ja kestävyysarvojen ilmentymistä. Tutkimuksemme vastaa seuraavaan tutkimuskysymykseen: Miten yritystarinoissa rakennetaan kestävää toimijuutta ja millä retorisisilla keinoilla tarinat pyrkivät vakuuttamaan lukijoita yrityksen ja sen tuotteiden arvosta?

Tutkimuksemme aineisto koostuu suomalaisten tekstiiliteollisuusyritysten kotisivuillaan julkaisemistaan yritystarinoista ja se kattaa 175 yritystarinaa. Analyysimme käsittää kolme vaihetta. Ensimmäisessä vaiheessa tunnistimme raaka-aineistosta tarinat. Toisessa vaiheessa tunnistimme tarinoissa esiintyneet henkilötoimijat sekä toiminnan vakuuttavuutta tukevat arvot. Kolmannessa vaiheessa muodostimme näistä temaattisia kokonaisuuksia.

Alustavan tarkastelun perusteella tekstiiliyritysten viestinnässä toistuvia, vastuullisuuteen kytkeytyvien arvojen teemoja ovat ainakin suomalaisuus ja lähituotanto, prosessien läpinäkyvyys, kestävyys (eri merkityksissään), ajattomuus, pikamuoti-ideologian vastustaminen sekä tiedostava, harkitseva ja maltillinen kuluttaminen. Massamuodin vastaista asemoitumista tukee asiakkaan yksilöllisen kohtaamisen korostaminen sekä omilla kasvoillaan esiintyvien henkilötoimijoiden ja perhe- tai muiden pienyhteisöjen esiin nostaminen yritysten pyörittäjinä.

## “Året präglades av coronaviruspandemin” Regeringar rapporterar om statligt ägda bolag i Sverige och Finland

Merja Koskela<sup>a</sup> & Mona Enell-Nilsson<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Vasa Universität

<sup>b</sup>Vasa Universität

I början av 2020 spreds viruset covid-19 i världen, och olika länder - inklusive Sverige och Finland - vidtog åtgärder för att bekämpa och begränsa spridningen av viruset. Även om de nationella strategierna har sett olika ut i de två grannländerna, har pandemin haft betydande ekonomiska och verksamhetsmässiga konsekvenser både på kort och lång sikt i både Sverige och Finland.

Syftet med föredraget  r att studera och jämföra hur covid-19-pandemins inverkan syns i rapporterna om de statsägda företagen i regeringens årsberättelser f r  r 2020 i Sverige och Finland. Regeringarna i Finland och Sverige rapporterar årligen om statligt ägda bolag. I Sverige benämns redovisningen verksamhetsberättelse och  r en separat rapport. I Finland har redovisningen från  r 2017 ingått som en bilaga i regeringens allmänna  rsredovisning. Rapporteringen skapas för att redovisa, motivera och legitimera statligt ägande och den utg r således ett exempel på hållbar offentlig kommunikation. Undersökningsmaterialet består av ett finländskt och ett rikssvenskt textmaterial. Det finländska materialet omfattar två delar av Regeringens  rsber ttelse 2020, sammanlagt ca 80 sidor text. Det rikssvenska materialet omfattar Verksamhetsberättelse för bolag med statligt ägande 2020, som är ett dokument på drygt 120 sidor. Som analysmetod använder vi jämförande innehållsanalys och diskursanalys (se Fairclough 2003, Winther J rgensen & Phillips 2000).

Pandemidiskurser har tidigare studerats med fokus på mediarepresentationer och politisk diskurs (t.ex. Sowden, Borgstrom & Selman 2021, Kenworthy, Koon & Mendenhall 2021, Fonseca, Natrass, Lazaro & Bastos 2021). I den nordiska kontexten har Baekkeskov, Rubin och  berg (2021) beskrivit två offentliga diskurser: en pluralistisk diskurs med auktoritativa röster som argumenterar för olika typer av tillvägagångssätt, och en monotonisk diskurs där auktoritativa röster erbjuder trovärdiga skäl f r endast ett politiskt alternativ. Vår analys bidrar till ny kunskap om hur pandemin konstrueras i en kontext där det politiska och ekonomiska m ts på ett konkret sätt.

### Referenser

- Baekkeskov, E., Rubin, O., &  berg, P. (2021). Monotonous or pluralistic public discourse? Reason-giving and dissent in Denmark's and Sweden's early 2020 COVID-19 responses. *Journal of European Public Policy*, 28(8), 1321-1343.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse. Textual analysis for social research*. London: Routledge
- Fonseca, E. M. D., Natrass, N., Lazaro, L. L. B., & Bastos, F. I. (2021). Political discourse, denialism and leadership failure in Brazil's response to COVID-19. *Global Public Health*, 1-16.
- Kenworthy, N., Koon, A. D., & Mendenhall, E. (2021). On symbols and scripts: The politics of the American COVID-19 response. *Global Public Health*, 1-15.
- Sowden, R., Borgstrom, E., & Selman, L. E. (2021). 'It's like being in a war with an invisible enemy': A document analysis of bereavement due to COVID-19 in UK newspapers. *PLoS one*, 16(3), e0247904.
- Winther J rgensen, M. & Phillips, L. (2000). *Diskursanalys som teori och metod*. Lund: Studentlitteratur.

## Party leader agency and rhetoric on social media – Finnish parliamentary election campaign 2019 communication

Elisa Kannasto<sup>a</sup>, Laura Paatelainen<sup>b</sup> & Pekka Isotalus<sup>c</sup>

<sup>a</sup> Seinäjoki University of Applied Sciences

<sup>b</sup> Tampere University

<sup>c</sup> Tampere University

The way Finnish politicians and parties use social media in political campaigning is fragmented (Kannasto 2021). During campaigns, politicians in Finland use social media mainly for marketing campaign events and media performances (Paatelainen, Kannasto & Isotalus 2022), while social media could be used for engaging and interacting with the voters.

It has been suggested that social media adds the personalization of politics because the functions are based on personal profiles, and users connect better with individuals' profiles than organizations (Meeks 2017). Personalization of politics means that party membership becomes secondary, and topics are presented through individual politicians (Van Aelst et al. 2012). The Finnish multiparty system also emphasizes individual candidates during parliamentary elections (von Schoultz et al. 2020).

This study aims to understand how party leaders convince audiences and present themselves when they campaign on social media. Our research questions are 1) To what extent is communication focused on the party leader in their and the party's social media posts? 2. How is Aristotelian persuasion used in the social media posts of parties and party leaders? 3) What types of agencies party leaders present on their social media posts?

The research data was collected during a one-month period prior to the 2019 Finnish Parliamentary elections from profiles of party leaders and parties on Facebook, Twitter, and Instagram. Both quantitative and qualitative content analysis were used in the analysis. We connect the operationalization of personalization of politics (Van Aelst et al. 2012) and Aristotelean persuasion, ethos, pathos, and logos in the theoretical framework of this study.

Our preliminary results show that the parties and leaders communicate political agenda through the party leader. They also support Bronstein, Aharony and Bar-Ilan's (2018) results for Israeli politicians on ethos being the most dominant in the party leader communication. Our research contributes to limited comparative research on social media content in Finnish political campaign communication. In addition, it adds valuable information about the party leader's role as a communicative agent.

**Keywords:** Aristotelian persuasion, Party leader, Political campaign communication, Social media, Personalization

### References

Bronstein, J., Aharony, N., & Bar-Ilan, J. (2018). Politicians' use of Facebook during elections. Use of emotionally based discourse, personalization, social media engagement and vividness. *Aslib Journal of Information Management*, 70 (5), 551-572. DOI 10.1108/AJIM-03-2018-0067

- Isotalus, P. & Almonkari, M. (2014). Mediatization and Political Leadership: Perspectives of the Finnish newspapers and party leaders. *Journalism Studies*, vol. 15(3), 289-303.
- Kannasto, E. (2021). "I am horrified by all kinds of persona worship!" Constructing Personal Brands of Politicians on Facebook. (*Acta Wasaensia* 468) [University of Vaasa, Doctoral Dissertation] Retrieved 21-12-2021 <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-476-983-9>
- Meeks, L. (2017). Getting Personal: Effects of Twitter Personalization on Candidate Evaluations. *Politics & Gender*, vol. 13(1), 1-25.
- Paatelainen, L., Kannasto, E., & Isotalus, P. (2022). Functions of Hybrid Media: How Parties and Their Leaders Use Traditional Media in Their Social Media Campaign Communication. Forthcoming. *Frontiers in Communication. Political Communication and Society*.
- Van Aelst, P., Sheafer, T. & Stanyer, J. (2012). The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, vol. 13(2), 203-220.
- von Schoultz, Å., Söderlund, P. & Kestilä-Kekkonen, E. (2020). Ehdokkaiden menestys vaaleissa [The electoral success of candidates]. In E. Kestilä-Kekkonen & Å. von Schoultz (eds.). *Ehdokkaat vaalikentillä: Eduskuntavaalit 2019* [Candidates in the running: The 2019 Parliamentary Election]. Publications of the Ministry of Justice, Reports and guidelines. 103-118.

## Multimodal cohesion across language barriers – a linguistic analysis of multilingual commentaries to YouTube vlogs

Andrea Liebschner<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Ural Federal University

This research project deals with the classification of cohesive relations between Russian and English written commentaries by viewers to a video on a YouTube channel. The classification of cohesive devices by Halliday and Hasan (1976) was used as a starting point for this project: reference, ellipsis, substitution, conjunction and lexical cohesion. Liebschner (2016) suggested the use of further possible multimodal cohesive devices between commentaries in the Russian social network Vkontakte: reference with personal and possessive pronouns, hyperlinks, quotations, address to commentator by name, repetition of emoticons, indication of ellipsis with dots.

This new project intends to analyse and classify the cohesive relations between the individual written commentaries in English and Russian to an episode on the YouTube channel "My life as an AMERICAN in RUSSIA", which presents a personal perspective on Russian daily live situations by the American host with oral commentaries in English. Which types of cohesive devices can function between written commentaries in two different languages? How far apart can be related commentaries? How does the multimedia environment with emojis and other visual elements influence the use of cohesion across languages in commentaries on YouTube? For the practical analysis 400 chronological posted commentaries were coded in an Excel-databank and analysed regarding their use of cohesive devices and the distance between related commentaries. The analysis of cohesive relations revealed, that commentaries in English and Russian are connected to each other for example by reference, repetition of nouns, quotations, evaluative reference to the content in immediately preceding commentaries by emojis, repetition of emoticons and address to commentators by name. Cohesion in this sample worked mostly across the distance of 1-5 commentaries.

### Bibliography:

Halliday, M. A. K. & Hasan, R. (1976). *Cohesion in English*. London: Longman.

Liebschner, A. (2016). *Russian social networks on the web: Cohesion and coherence in Vkontakte* (Doctoral dissertation). University of Glasgow. p.364.



## Säästämisen ja sijoittamisen risteyksiä pankkien Twitter-viestinnässä

Heidi Hirsto<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Vaasan yliopisto

Kansalaisten talousosaamista pidetään nykyisin keskeisenä ratkaisuna esimerkiksi köyhyyden ja ylivelkaantumisen hallintaan (Marron, 2014). Suomessa pankit ovat perinteisesti ottaneet keskeinen roolin kansalaisten talousosaamisen edistäjinä ja viestineet kuluttajille aktiivisesti esimerkiksi (vastuulliseen) säästämiseen, lainanottoon ja sijoittamiseen liittyvissä asioissa (Kuusterä, 1995). Nykyisin monet pankit kehystävät talousosaamisen edistämisen osaksi yhteiskuntavastuutaan (Bohlin ja muut, 2018) ja toteuttavat sitä esimerkiksi yhteishankkeissa järjestöjen ja julkisten toimijoiden kanssa. Lisäksi pankit osallistuvat sosiaalisessa mediassa taloudellista toimintaa ja talousosaamista koskevaan keskusteluun (Koivisto, 2020).

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan suomalaisten pankkien Twitter-viestintää talousosaamisen ja taloudellisen kansalaisuuden rakentamisen (Pathak, 2014) näkökulmasta. Tutkimus keskittyy aiheutunnisteisiin #säästäminen, #sijoittaminen ja #vastuullinensijoittaminen kahden kuukauden ajanjaksolla vuonna 2019. Aineistoa tarkastellaan diskurssitutkimuksen näkökulmasta keskittyen säästämiseen ja sijoittamiseen rakentuviin merkityksiin. Analyysissä tarkastellaan twiiteissä ilmeneviä säästämisen ja sijoittamisen (sosioteknisiä) muotoja (esim. ostamalla säästäminen/sijoittaminen), taloudellisen toiminnan perusteluja ja ihanteita (esim. vaivattomuus) ja niiden diskursiivista rakentumista organisaatioiden Twitter-viestinnän funktioiden kontekstissa.

Analyysin perusteella säästäminen kietoutuu pankkien viestinnässä läheisesti sijoittamiseen ja kuluttamiseen, usein erilaisten säästämistä automatisoivien sovellusten kautta. Sijoittamiskeskustelu on laajempaa ja eriytyneempää. Twiitit liittyvät usein konkreettisesti pankkien tarjoamiin tuotteisiin ja palveluihin, ja taloudellisen toiminnan motiivien ja tavoitteiden artikulointi jää vähäiseksi. Säästämiseen ei Twitter-viestinnässä juurikaan hahmotu sijoittamisesta erillisiä, esimerkiksi kuluttamisen rajoittamiseen tai säästävään luonteeseen liittyviä merkityksiä, jotka ovat historiallisesti olleet osa säästämisen merkitysrepertuaaria myös pankkien kuluttajaviestinnässä. Kokonaisuudessaan sekä säästäminen että sijoittaminen näyttäytyvät luonnollistuneina taloudellisen kansalaisuuden käytäntöinä, joita ei tarvitse perustella. Niitä koskevat twiitit kytkeytyvät vahvemmin pankkien markkinointiviestinnän kuin vastuuviestinnän funktioon.

### Lähteet

- Bohlin, E., Shaikh, A. A. & Hanafizadeh, P. (2018). Social Network Banking: A Case Study of 100 Leading Global Banks. *International Journal of E-Business Research*, 14(2): 1–13.
- Koivisto, N. (2020). Suunnittele, säästä ja elä enemmän. Pankkien asemoituminen Twitterin talousosaamiskeskustelussa. Pro gradu -tutkielma. Vaasan yliopisto.
- Kuusterä, A. (1995). *Aate ja raha*. Otava.
- Marron, D. (2014) "Informed, educated and more confident": financial capability and the problematization of personal finance consumption, *Consumption, Markets & Culture*, 17(5): 491–511.
- Pathak, P. (2014). Ethopolitics and the financial citizen. *The Sociological Review*, 62: 90–116.

## Humour as a strategy of counterspeech in social media

Sabine Ylönen<sup>a</sup>

<sup>a</sup> University of Jyväskylä

Counterspeech is generally understood as any response from members of the civil society to hateful or harmful speech, including direct and indirect hate speech, fake news, conspiracy theories or extremist expressions. Racist and other discriminatory comments against different minority groups are common practice in comments columns of social media platforms. Hate speech in social media is increasingly seen as a problem and risk for democratic societies. Consequently, there are attempts to develop new legislative rules to protect human rights and democracies. However, because not every hateful or harmful speech is prosecutable, objection of the civil society is needed to counter hate and extremism. Counterspeech can be a reactive response to hateful or harmful speech or a proactive advocacy for members of discriminated groups, for example. Whereas there is a substantial body of research about hate speech, counterspeech has been analysed much less so far. The aim of this contribution is to examine humour as a means of counterspeech on the example of two initiatives on Facebook: the Finnish group *Terrorismin ja sukien vastainen kansanliikeryhmä* (movement against terrorism and socks) and the German Society & culture website *#HoGeSatzbau* (hooligans against syntax). To examine their strategies, all postings from November and December 2020 were documented systematically. The Finnish group employs mainly parodistic style: ridiculing serves to expose and unmask the beliefs and behaviour of right-wing populists. The German site has a more educative focus, ridiculing abstrusities and correcting mistakes, for example, with only half of the postings being humorous. Raising awareness for counterspeech should be part of developing media competencies, because responsible for mobbing and racism are often only a few delinquents, enabled by the tacit approval of the majority.

## Nachhaltige Kommunikationspraktiken in der Geschäftskommunikation zwischen Finnland und den deutschsprachigen Ländern: Zum Sprachenbedarf aus der Perspektive schwedischsprachiger Mitarbeiter/innen.

Margit Breckle<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Hanken School of Economics, Vaasa

Sprachenbedarfsanalysen spiegeln die kommunikativen Praktiken von Respondent/inn/en wider und werden zudem als adäquates Mittel angesehen, um Ziele und Inhalte des berufsbezogenen Fremdsprachenunterrichts zu ermitteln. Bezogen auf die Geschäftskommunikation zwischen Finnland und den deutschsprachigen Ländern sind etliche Untersuchungen entstanden, die Anregungen für die Curriculumentwicklung in Finnland gegeben haben. Neben Reuter, Schröder & Tiittula (1989) und Müntzel & Tiittula (1995) sind hier als neuere Untersuchungen die regionale, auf Pohjanmaa ausgerichtete Untersuchung von Breckle & Rinne (2016) sowie die finnlandweite LangBuCom-Studie (Breckle & Schlabach 2017; 2019) zu nennen.

Da an den beiden letztgenannten Befragungen auch schwedischsprachige Respondent/inn/en teilnahmen und schwedischsprachige Mitarbeiter/innen vor allem in der Region Pohjanmaa eine wichtige Rolle spielen, werden im vorliegenden Vortrag nachhaltige Kommunikationspraktiken in der Geschäftskommunikation zwischen Finnland und den deutschsprachigen Ländern aus der Perspektive der schwedischsprachiger Respondent/inn/en in den Mittelpunkt der Betrachtung gestellt. Der Fokus liegt dabei auf dem Sprachenbedarf, der potenziell zur Nachhaltigkeit der Geschäftsbeziehungen beitragen kann. Die Untersuchung des Sprachenbedarfs aus der Perspektive schwedischsprachiger Mitarbeiter/innen ist insofern von Interesse, als diese wertvolle Hinweise für die Curriculumentwicklung an schwedischsprachigen Hochschulen in Finnland liefern kann.

Ziel meines Vortrags ist es offenzulegen, welche Anforderungen den schwedischsprachigen Respondent/inn/en zufolge die Kontakte mit Unternehmen in den deutschsprachigen Ländern hinsichtlich Kommunikationspraktiken stellen. Im Zentrum meines Vortrags steht auch die Frage, welche Faktoren aus Sicht der schwedischsprachigen Respondent/inn/en effizientes Kommunizieren in der internationalen Geschäftskommunikation begünstigen und somit potenziell zur Nachhaltigkeit der Geschäftsbeziehungen beitragen.

Dem Vortrag liegen die im Projekt Sprachen in der internationalen Geschäftskommunikation in Finnland (LangBuCom) (Breckle & Schlabach 2017; 2019) erhobenen Daten der schwedischsprachigen Respondent/inn/en zugrunde, die durch Daten des Projekts Unternehmenskommunikation zwischen Pohjanmaa und den deutschsprachigen Ländern (Breckle & Rinne 2016) ergänzt werden.

### Literatur

Breckle, M. & Rinne, M. (2016). Unternehmenskommunikation zwischen Pohjanmaa and den deutschsprachigen Ländern. Vaasa: Vaasan yliopisto.

- Breckle, M. & Schlabach, J. (2017). Stimmen zu Mehrsprachigkeit in finnischen Unternehmen: Ausgewählte Ergebnisse der LangBuCom-Studie. In: N. Keng, A. Nuopponen & D. Rellstab (Hrsg.). *Ääniä, Röster, Voices, Stimmen. VAKKI-symposiumi XXXVII 9.–10.2.2017*. Vaasa: Vaasan yliopisto. 29–40.
- Breckle, M. & Schlabach, J. (2019). Zum Deutschbedarf in finnischen Unternehmen: Ausgewählte Ergebnisse der LangBuCom-Studie. In: M. Raitaniemi, H. Acke, I. Helin, J. Schlabach, C. M. Schmidt, D. Wagner & J. Zichel-Wessalowski (Hrsg.). *Die vielen Gesichter der Germanistik: Die finnische Germanistentagung 2017*. Frankfurt/Main: Peter Lang. 15–30.
- Müntzel, U. & Tiittula, L. (1995). *Deutsch im finnisch-deutschen Handel. Eine Bedarfsanalyse*. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulu.
- Reuter, E., Schröder, H. & Tiittula, L. (1989). *Suomalais-saksalaiset kulttuurierot talouselämdn viestinnassa. Väiliraportti./Deutsch-finnische Kulturunterschiede in der Wirtschaftskommunikation. Zwischenbericht*. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulu.

## Nachhaltigkeit und Werbung

Sandra Reimann<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Universität Oulu

Die Ausführungen im Vortrag werden von der Beobachtung geleitet, dass ‚Nachhaltigkeit‘ als positiv konnotiertes Thema in der Wirtschaftskommunikation strategisch zum Einsatz kommt. „Betroffen“ sind davon verschiedene Textsorten und Kommunikate. Dazu gehört beispielsweise der Nachhaltigkeitsbericht und die Website von Unternehmen, aber auch die „klassische“ Werbekommunikation. Im Vortrag kann dabei insbesondere auf eigene Vorarbeiten zu Werbestrategien im Nachhaltigkeitsbericht zurückgegriffen werden.

Der Nachhaltigkeitsbericht ist heute ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskommunikation, nicht nur aufgrund der Berichtspflicht ab einer bestimmten Unternehmensgröße. Festgestellt werden kann nämlich, dass er nicht nur die gesellschaftlich-politisch eingeforderten Informationen enthält, sondern auch werbende Elemente enthält. Es stellt sich dabei die Frage, ob der Nachhaltigkeitsbericht auch Strategien der klassischen (Image-)Werbung beinhaltet und so gezielt von Unternehmen als werbende Plattform genutzt wird. Ferner ist u.a. von Interesse, ob sich solche Strategien auf eine der drei Säulen der Nachhaltigkeit – die ökologische, ökonomische oder soziale – besonders stark beziehen. An Beispielen ausgewählter Nachhaltigkeitsberichte verschiedener Marken werden bekannte Werbestrategien gesucht und kontextuell analysiert. Wie zeigt sich also neben der erwarteten Informations- auch eine Appellfunktion im Nachhaltigkeitsbericht? Darüber hinaus geht es ebenso um eine Suche nach möglicherweise neuen bzw. textsortenspezifischen Werbeargumenten, wie beispielsweise die durchaus werbend zu verstehende Sprechhandlung VERSPRECHEN, die im Zusammenhang mit der Thematisierung von Unternehmenszielen gängig ist. Übergeordnet dürfte damit seitens der Firmen das Image einer nachhaltigen Unternehmensidentität angestrebt werden.

### Ausgewählte Literatur

- Reimann, Sandra (2021): Werbung mit Nachhaltigkeit. Strategien der Unternehmenskommunikation aktuell. In: Mattfeldt, Anna/Schwegler, Carolin/Wanning, Berbeli (Hrsg.): Natur, Umwelt, Nachhaltigkeit. Perspektiven auf Sprache, Diskurse und Kultur (Sprache und Wissen 51). Berlin/Boston: De Gruyter, 217–246. <https://doi.org/10.1515/9783110740479-009>.
- Greule, Albrecht/Reimann, Sandra (2020) Nachhaltigkeit ist uns wichtig. Textgrammatik und der Nachhaltigkeitsbericht. In: Gansel, Christina/Luttermann, Karin (Hrsg.) (2020): Nachhaltigkeit – Konzept, Kommunikation, Textsorten (Projekt Angewandte Linguistik 1). Münster: LIT, 213–232.

## Vastuullinen viestintä: eettisiä ja filosofisia huomautuksia

Tommi Lehtonen<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Vaasan yliopisto

Vastuullisuudesta on keskusteltu 90-luvulta lähtien yritysten yhteiskuntavastuun ja ESG-asioita eli ympäristöä, yhteiskuntaa ja hyvää hallintotapaa koskevan vastuullisuusviestinnän näkökulmista. Vastuullinen viestintä voidaan kuitenkin ymmärtää myös laajemmin, ja sellaista vastuullisen viestinnän tutkimusta tarvitaan lisää. Tämän esitelmän tarkoitus on tunnistaa ja analysoida vastuullisen viestinnän lähtökohtia ja keskeisiä piirteitä eettisistä ja filosofisista näkökulmista. Esitelmä keskittyy vastuullisuuden käsiteanalyysiin, jonka yhteydessä erotetaan seuraavat vastuullisuuden merkitykset ja osa-alueet:

1. Vastuun kantaminen erityisestä kohteesta tai tehtävästä
2. Eettisten tai oikeudellisten velvollisuuksien mukaan toiminen
3. Ympäristöä säästävien ja suojelevien toimenpiteiden tekeminen ja edistäminen
4. Yhteiskunnallisten ongelmien tunnistamiseen ja ratkaisemiseen liittyvä toiminta.

Nämä vastuullisuuden merkitykset ovat geneerisiä, ja niitä voidaan soveltaa monenlaisissa tehtävissä ja ympäristöissä. Vastuullisen viestinnän näkökulmasta kahdessa ensimmäisessä merkityksessä keskeistä on tunnistaa ja täsmentää viestinnän tehtävät ja niihin liittyvät velvollisuudet.

Kahden jälkimmäisen merkityksen pohjalta vastuullisen viestinnän erityismerkitykseksi voidaan täsmentää kestävää kehitystä koskeva ja edistävä viestintä. Tällaista viestintää tarvitaan, jotta kansalaiset ja yhteiskunta osaisivat varautua erilaisiin ekologisiin, sosiaalisiin ja taloutta koskeviin uhkiin ja voisivat vähentää riskien toteutumisen todennäköisyyttä. Jos riskit kuitenkin toteutuvat, viestintä voi auttaa vähentämään haittoja ja nopeuttamaan vahingosta toipumista. Vastuullinen viestintä ei ole kuitenkaan vain kansalaistaitojen opettamista, vaan sillä on myös yhteiskuntakriittinen ulottuvuus.

Vastuullisuudessa eri komponentit liittyvät toisiinsa. Voidaan erottaa vastuussa oleva yksilö tai yhteisö; asia, jonka suhteen ollaan vastuussa; taho, jolle ollaan vastuussa, sekä tapa, jolla vastuu näkyy ja toteutuu. Lisäksi voidaan erottaa vastuun säätäjä ja vastuuseen asettaja sekä vastuun muoto ja eettinen viitekehys.

## Vastuullinen viestintä muistisairaiden hoivakotiasukkaiden läheisten ja hoitohenkilöstön välillä

Jenny Paananen<sup>a</sup> & Milla Luodonpää-Manni<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Turun yliopisto

<sup>b</sup>Helsingin yliopisto

Kun muistisairas ei enää pysty itse hoitamaan asioitaan ja tarvitsee ympärivuorokautista hoitoa, hänen tahtonsa edustaminen ja etujen valvominen siirtyy tyypillisesti läheisten tehtäväksi. Suomessa hoitohenkilöstö on myös velvoitettu toimimaan läheisten kanssa yhteistyössä hoidon järjestämiseksi. Toimivan yhteistyön tiedetään lisäävän hoidon yksilöllisyyttä ja läheisten luottamusta hoitoa kohtaan (esim. Robinson ym. 2007), mutta se ei rakennu itsestään. Hoitohenkilöstö voi pitää läheisten kanssa kommunikoinnista kuormittavana (esim. Herzberg & Ekman 2000), ja läheisten ja henkilöstön odotukset ja oletukset voivat olla ristiriidassa keskenään.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on avata, millaisista seikoista hyvä ja huono vuorovaikutussuhde ja tiedonkulku rakentuvat läheisten mielestä. Tutkimuksen aineistona 19 muistisairaana hoivakotiasukkaan läheiselle teetettyä temaattista haastattelua (17 t 30 min). Haastatteluissa keskusteltiin hoivakotiin siirtymisestä, läheisten vierailuista asukkaan luona sekä siitä, millaisista asioista läheiset keskustelevat tai haluaisivat keskustella henkilöstön kanssa. Analyysimenetelmänä on aineistolähtöinen sisällönanalyysi.

Keskeisiä edellytyksiä hyvän vuorovaikutussuhteen rakentumiselle olivat läheisen samaa vastaanotto hoivakodissa, hyvä tiedonkulku sekä mahdollisuus epämuodolliselle keskustelulle. Läheiset toivoivat, että henkilöstö viestisi yhteydenpidon periaatteista, hoivakodin käytännöistä ja asukkaan voinnista avoimesti ja oma-aloitteisesti. Tärkeäksi teemaksi nousi myös asukkaan hoivan ja hyvän elämän ylläpitäminen yhteistyössä. Läheiset kokivat kuitenkin vaikeaksi tuoda esille toiveitaan tai kritiikkiä, sillä he pelkäsivät sen vaikuttavan kielteisesti asukkaan hoitoon. Luottamuksen kannalta on olennaista, että yhteistä linjaa rakennetaan lähtökohtaisesti samalta puolelta, jolloin läheisten näkemykset kuuluvat prosessiin eivätkä asetu vastakkain hoitohenkilöstön näkemysten kanssa.

### Lähteet

Herzberg, A. & Ekman, S. (2000). 'We, not them and us?' Views on the relationships and interactions between staff and relatives of older people permanently living in nursing homes. *Journal of Advanced Nursing*, 31(3), 614–622.

Robinson J, Curry L, Gruman C, Porter M, Henderson CR Jr. & Pillemer K. (2007). Partners in caregiving in a special care environment: cooperative communication between staff and families on dementia units. *Gerontologist*. 2007 Aug; 47(4):504-15. doi: 10.1093/geront/47.4.504.

## Tietoturvaloukkaukset tietosuojavaltuutetun päätöksissä

Jyri Naarmala<sup>a</sup> & Jyri Paasonen<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Vaasan yliopisto

<sup>b</sup> Vaasan yliopisto

Tietosuoja ja tietoturvallisuus ovat olennainen osa toimivaa, digitaaliseen viestintään vankasti nojaavaa yhteiskuntaa. EU:n yleisen tietosuoja-asetuksessa rekisterinpitäjällä on ilmoitusvelvollisuus henkilötietojen tietoturvaloukkauksista. Ilmoitusvelvollisuus kohdistuu sekä valvontaviranomaiseen että rekisteröityihin. Tietosuojavaltuutetun toimistoon on tullut viime vuosien aikana tuhansia ilmoituksia tietoturvaloukkauksista. Tietosuojavaltuutetun toimiston seuraamuskollegio on määrännyt ensimmäiset hallinnolliset seuraamusmaksut rikkomuksista.

Tämän tutkimuksen empiirisen aineiston muodostavat kaikki tietosuojavaltuutetun tekemät päätökset EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen soveltamisesta lähtien (2018–2021). Tietosuojavaltuutetun päätökset analysoidaan ja luokitellaan sekä niistä etsitään laadullisen tutkimuksen keinoin millaisista tapauksista näissä on ollut kyse. Analyysin tuloksia tarkastellaan sekä oikeudellisesta että viestinnällisistä näkökulmista.

Asiasanat: tietosuoja, tietoturva, tietoturvaloukkaus, IT-oikeus, viestintä



## Risk management and responsible use of unedited machine translation

Maarit Koponen<sup>a</sup> & Mary Nurminen<sup>b</sup>

<sup>a</sup>University of Eastern Finland

<sup>b</sup>Tampere University

Machine Translation (MT) is increasingly used as an aid in communication. Although many use cases involve the post-editing of the MT by translators, often MT is used in its raw, unedited form to help people access information or interact with other people. For example, a person might use a free online tool such as Google Translate to read content on a website that is in a language they understand only partially or not at all. However, companies and public organizations might also deliver some content to their customers as raw MT. It allows them to offer content in more languages while also saving on time and costs. However, such use of raw MT is risky: despite improvements in neural MT quality, the risk of translation errors remains.

Responsible use of MT in communication requires that organizations weigh risk and potential consequences carefully. If a translation error could lead to severe harm to life, health or property, the use of MT may be unacceptable. However, in other circumstances, the potential consequences may be minor and contextual factors may mean that the potential benefits of increased information access via MT outweigh the risks. To evaluate whether specific use cases are suited for the use of unedited MT, organizations therefore need to implement risk assessment and management processes.

In this presentation, we discuss how the principles and framework of risk management can be applied to scenarios where unedited MT is used in communication (see Koponen and Nurminen, forthcoming). We examine potential risks and consequences related to the MT technology, the content being translated, and the contexts in which raw MT will be used. We then provide examples of risk analysis and strategies for mitigating risks. Finally, we present suggestions for best practices on the responsible use of unedited MT for communication.

### References

Koponen, M. & Nurminen, M. Forthcoming. "Risk Management for Content Delivery via Raw Machine Translation." In Winters, Marion et al. (eds), *Communicating across languages in times of technological change - Innovations in translation and interpreting research, practice and training*. Bloomsbury. To appear in 2022.

## AI Ethics Principle Discourse and how to make things clearer – the less spoken issues

Rebekah Rousi<sup>a</sup>

<sup>a</sup>University of Vaasa

The urgency of addressing ethical issues in artificially intelligent (AI) system development has recently risen in the awareness of designers, developers and scholars alike. With the complexity of ethics and cultural shifts in moral codes of conduct, professionals are relying on various lists of principles and guidelines to gain clarity into what developing for ethically aligned AI actually means in practice. International standards have not been thoroughly concretised (see ISO/IEC DTR 24368's note, "Under Development"), and the translation from high level principles to actionable practice in system development remains thin and unstable. Out of the lists of AI ethics principles available there is relative consensus that in order to develop and maintain ethically aligned AI systems, there is a need for transparency (over data collection, storage and usage), explainability (the ability to describe how it works), understandability (various levels of comprehension of the systems) and human agency or oversight (autonomy and the right to decide). All of these principles are dependent on communication – terminology, formal design qualities and system logic. Considering the role of communication in operationalising ethical principles gives rise to a myriad of questions: how much of an AI system's working logic can everyone understand at a general level, and how much information is too much (extending beyond the boundaries of comprehensibility)?; if there is a need to explain and be transparent about data collection and usage (i.e., access to third-parties), then can the data collection and usage actions be considered unethical by default?; and, who determines the criteria for understandability – what are the parameters and cultural benchmarks, and for which cultures – can there be an assumption that some have more agency than others? In HCI and software engineering communities there is still a tendency to refer to the generic 'human' in human-centric AI discussions. This presentation aims to problematize ethics in the nature of ethical AI discourse.

### References

ISO. (2021). ISO/IEC DTR 24368. Information technology – Artificial intelligence – overview of ethical and societal concerns. ISO/IEC JTC 1/SC 42. Retrieved October 29, 2021, from: <https://www.iso.org/standard/78507.html?browse=tc>

## Äidinkielenomainen ruotsi-oppiaine suomenkielisissä peruskouluissa

Sanna Heittola<sup>a</sup>, Sofie Henricson<sup>b</sup> & Siv Björklund<sup>c</sup>

<sup>a</sup>Helsingin yliopisto

<sup>b</sup>Helsingin yliopisto

<sup>c</sup>Åbo Akademi

Suomenkielisissä kouluissa opiskelee oppilaita, joilla on hyvät taidot ruotsin kielessä. Harvat näistä oppilaista saavat kuitenkaan mahdollisuuden osallistua opetukseen, joka kehittää ja syventää heidän ruotsintaitojaan. Oppilaat, joilla on äidinkielenomaiset taidot ruotsissa, osallistuvat yleensä tavalliseen ruotsinopetukseen (A- tai B-ruotsi) ja joskus heidät voidaan kokonaan vapauttaa ruotsinopetuksesta. Opetussuunnitelmassa on kuitenkin jo vuodesta 2004 ollut mukana äidinkielenomainen ruotsi-oppiaine (äiru), mutta harva koulu tuntee tämän oppiaineen ja vielä harvempi tarjoaa oppilaille mahdollisuuden valita sen. Ruotsinkielisissä kouluissa äidinkielenomainen suomi (mofi) on saanut vakiintuneen aseman ja monet kaksikieliset oppilaat valitsevat tämän opetusmuodon. Koska äirulla ei ole yhtä vakiintunutta asemaa ei siihen liittyviä tutkimuksia ole myöskään tehty kahta tutkielmaa lukuunottamatta (Öhman 2013, Nuutinen 2021).

Hankkeessa Äiru 1.0 kartoitamme äidinkielenomaisen ruotsin asemaa kouluissa. Tutkimme mm. luokkahuonekäytäntöjä, pilotoimme äirun opetusta ja markkinoimme sitä oppiaineena. Tärkein pitkän tähtäimen tavoitteemme on vakiinnuttaa oppiaineen asema suomenkielisissä kouluissa ja luoda malleja siitä, kuinka äidinkielenomaista opetusta voidaan järjestää tarkoituksenomaisella tavalla.

Esitelmässämme esittelemme 2021 syksyllä kerätyn aineiston alustavan analyysin. Kysyimme peruskoulujen rehtoreilta ja ruotsinopettajilta verkkolomakkeilla äirusta. Selvitimme kuinka tunnettu oppiaine on, mitkä koulut tarjoavat sitä ja kuinka äirun opetus on käytännössä organisoitu. Kartoitimme myös kuinka kaksikielisten (suomi-ruotsi) oppilaiden ruotsinopetus on yleisesti järjestetty suomenkielisissä kouluissa. Esitämme myös alustavia vertailuja äidinkielenomainen suomi-oppiaineeseen (Nummela & Westerholm 2020).

Hanke toteutetaan Helsingin yliopiston, Åbo Akademin, Opetushallituksen ja Svenska Nuvverkoston välisenä yhteistyönä. Kaksivuotisen hankkeen rahoittajana toimii Svenska kulturfonden.

### Lähteet

Nummela, Yvonne & Annika Westerholm (2020). "Det är bra att börja i tid" – undervisningen i finska i de svenskspråkiga skolorna. Rapport och utredningar 2020:5. Opetushallitus.

Nuutinen, Elisa (2021). De tvåspråkigas svenskundervisning i finskspråkiga skolor. Maisterintutkielma. Helsingin yliopisto.

Öhman, Niina (2013). Äidinkielenomaisen ruotsin opetus. Tapaustutkimus ruotsin kielen äidinkielenomaisen oppimäärän opetuksesta Pohjanmaalla ja Uudellamaalla opettajan näkökulmasta. Pro gradu -tutkielma. Oulun yliopisto.

## ”Det är viktigt att läkaren kan bemöta och behandla patienter också på svenska” – Hur ser finsktalande medicinstudenter på användning av svenska i det blivande läkaryrket?

Annmari Sahlstein<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Åbo universitet

Fast en läkare är expert inom den egna specialbranschen, medicin, är språket och kommunikation ändå hens mest betydelsefulla verktyg i bemötandet av patienter. Det kan även ha stor betydelse för patienten eller hens anhöriga att kunna använda sitt eget modersmål under vårdprocessen när den aktuella sjukdomen eller behandling av den diskuteras. (jfr Hietanen o.a. 2020; Mustajoki 2020) Enligt språklagen har alla i Finland samma språkliga rättigheter att få betjäning på det egna språket finska eller svenska t.ex. hos domstolar eller inom hälsovården. Ändå är service på svenska inte alltid en självklarhet för den svenskspråkiga minoriteten (Språkbarometern 2020).

I detta föredrag redogör jag för medicinstudenters erfarenheter av att vid behov använda svenska med en svensktalande patient. Som material använder jag enkätsvar och korta öppna svar där olika och ofta emotionella aspekter kring språkinläring och -användning kommer till uttryck. Reflektionerna analyseras primärt ur ett narrativt synsätt (jfr Huhtala 2008). Flera innehållsaspekter fördjupas dessutom genom att betrakta dem mot den bakgrundsinformation (t.ex. studenters motivation att lära sig och använda svenska) som jag samlat in i början av detta longitudinella undersökningsprojekt (Sahlstein 2020).

### Referenser

- Hietanen, P. & Kaleva-Kerola, J. & Pyörälä, E. (toim.) (2020). Lääkäriin ja potilaan vuorovaikutus. Helsinki: Duodecim.
- Huhtala, A. (2008). Det pedagogiska självet: en narrativ studie av direktvalda svensk- lärostudenters berättelser. Helsingfors.
- Mustajoki, M. (2020). Language matters: a study about language communication with bilingual Swedish speakers in Finnish healthcare. Helsinki.
- Sahlstein, A. (2020). ”Nu tror jag att jag vågar prata svenska mera än tidigare” – finsktalande medicinstudenters tankar om att ”vara tvungen” att tala svenska. I: Svenskans beskrivning 37. Åbo: Åbo Akademi, 296–308.
- Språkbarometern. (2020). Justitieministeriets publikationer, Utredningar och anvisningar 2021:3. Språklag 2003/423. <http://finlex.fi/sv/laki/ajantasa/2003/20030423>



VAKKI

# WORKSHOPS

Selkokielen kohderyhmät ja  
niiden huomioiminen selkokielen tutkimuksessa

## Käyttäjätarpeiden arviointi ja kohderyhmät teknisessä viestinnässä

Hanna Heinonen<sup>a</sup> & Tiia Suomivuori<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Tampereen yliopisto

<sup>b</sup>Tampereen yliopisto

Teknisessä viestinnässä on perinteisesti käytetty käyttäjäprofileja, joiden avulla voidaan tuottaa kohdistettuja ohjeita eri käyttäjäryhmille. Käyttäjäprofiilit on luotu etukäteen joko ko. henkilön itsearviointina tai esimerkiksi yrityksen koulutusorganisaation tekemänä. Kohdistetuissa ohjeissa asiantuntijalle tyypillisesti toimitetaan lyhyempi, suppeampi ohje ja juuri alalle tulleelle vasta-alkajalle perusteellisempi ohje.

Pureudumme tässä työpajaesityksessä perinteisen käyttäjäprofiloinnin ongelmiin ja esittelemme uuden minimalistisen näkökulman tiedon jakeluun kohderyhmille. Kehittelemässämme mallissa tiedon kohdistettu jakelu on joustavaa ja käyttäjä voi itse arvioida jokaisen tehtävän yhteydessä kuinka paljon tarvitsee lisätietoa. Tämä on erityisen tärkeää tilanteessa, jossa tuodaan markkinoille uusi tuote, jolloin pitkään alalla ollut asiantuntijakin tarvitsee aluksi perusteellisempaa tietoa. Joustavan tiedonjakelun avulla pääsemme tilanteeseen, jossa käyttäjä itse saa arvioida tiedontarpeensa ja asiantuntijuutta käsitellään kontekstisensitiivisesti. Pystymme näin tarjoamaan minimalismin periaatteiden mukaisesti juuri oikean määrän tietoa tehtävän suorittamiseksi ja käyttäjän tavoitteen saavuttamiseksi sekä asiantuntijoille että vasta-alkajille.

## Suomenruotsalaiset viittomakieliset selkokielen kohderyhmänä

Satu Siltaloppi<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Tampereen yliopisto

Kuurot suomenruotsalaiset viittomakieliset ovat pieni vähemmistö vähemmistössä. He ovat osa ruotsinkielistä väestöämme mutta viittomakielisiä, joille kirjoitettu ruotsi on vieras kieli, ja lisäksi he ovat osa viittomakielistä vähemmistöämme ja käyttävät uhanalaista vähemmistöviittomakieltä äidinkielenään. [1]

Valtaosa suomenruotsalaisista viittomakielisistä on seniorikansalaisia, joille yhteistä on kurojen koulun käyminen aikana, jolloin viittomakielen käyttäminen ja opettaminen koulussa oli kiellettyä. Heillä ei pääsääntöisesti ole kokemusta muodollisesta (äidin)kielen opiskelusta, ja he kokevat lukemisen usein haasteelliseksi. [1, 2] Lisäksi, kuten valtaväestöllekin, kielellisiä haasteita voivat aiheuttaa kehityshäiriöt, oppimisvaikeudet, vieraskielisyys sekä erilaiset sairaudet [3]. Viittomakieliset ovatkin yksi kirjoitetun selkokielen kohderyhmä.

Osa ryhmästä saattaisi myös hyötyä ns. selkokielistetystä viittomisesta. Tällaista viittomakielen muotoa ei ole juurikaan tutkittu, mutta sellaisesta on kertynyt käyttäjäkokemusta esimerkiksi kuurojen maahanmuuttajien parista [4, 5]. Tutkimuksessani, joka on osa *Lätt finlandssvenska – en språkform för minoriteter inom minoriteten* -projektia, selvitänkin, miten suomenruotsalaista viittomakieltä käyttävät muokkaavat viittomistaan tilanteessa, jossa kaikki osapuolet eivät ymmärrä yleiskielistä viittomista. Kun viittomista muokataan selkokielisemmäksi, viittomistahtia hidastetaan, valitaan mahdollisimman ikoniset viittomat, rajoitetaan viittomatilan käyttöä, vältetään konjunktioita ja täytesanoja kuten LIKSOM ja SÅDANT. [4]

Keskityn tutkimuksessani ikääntymisen tuomiin muutoksiin suomenruotsalaisten viittomakielisten kielenkäytössä. Kerään aineistoni etnografisin menetelmin: tarkkailemalla kieliryhmän senioreiden kielenkäyttöä perheenjäsenten, ystävien, hoitohenkilöstön ja tulkkien kanssa. Lisäksi haastattelen senioreiden lähipiiriä. Tässä työpajaesitelmässä esittelen suomenruotsalaiset viittomakieliset yhtenä erilaisten selkokielimuotojen kohderyhmänä sekä havainnollistan aineiston keräämisen ja -analysoinnin metodologisia haasteita.

### Lähteet

- [1] Andersson-Koski 2015. *Mitt eget språk – vår kultur. En kartläggning av situationen för det finlandssvenska teckenspråket och döva finlandssvenska teckenspråkiga i Finland 2014–2015.* Finlandssvenska Teckenspråkiga rf. ([https://www.dova.fi/wp-content/uploads/2015/07/PDF\\_Mitt\\_eget\\_sprak\\_var\\_kultur.pdf](https://www.dova.fi/wp-content/uploads/2015/07/PDF_Mitt_eget_sprak_var_kultur.pdf))
- [2] Hoyer 2005. *Vi kallade dem Borgåtecken. Det finlandssvenska teckenspråket i går och i dag.* Teoksessa Östman (toim.), *FinSSL – Finlandssvenskt teckenspråk.* Helsingin yliopisto.
- [3] Oppimateriaalikeskus OPIKE, Leskelä & Virtanen (toim.). 2006. *Toisin sanoen: Selkokielen teoriaa ja käytäntöä.* Helsinki: Kehitysvammaliitto.
- [4] Manunen 2020. *Lättläst teckenspråk. Blogikirjoitus perustuu Aron luentoon Lev i vårt språk -projektissa 4.10.2019* (<http://livs.humak.fi/lattlast-teckensprak/>)
- [5] SOU 2006:54. *Utbildning i svenskt teckenspråk för invandrade. Teckenspråk och teckenspråkiga. Översyn av teckenspråkets ställning. Slutbetänkande.* Stockholm: Edita. (<https://www.regeringen.se/49b6aa/contentassets/ee1ffc35f75e4ffe83d85fd800b585ca/teckensprak-och-teckensprakiga.-oversyn-av-teckensprakets-stalling-hela-dokumentet-sou-200654>)

## Katsauksia selkokielen kohderyhmien määrittelyyn eri maissa

Leealaura Leskelä<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Helsingin yliopisto

Suomessa selkokielen kohderyhmiä on viime vuosina määritelty sen perusteella, onko selkokielen tarpeen taustalla synnynnäisiä, neurobiologispohjaisia kielenkäsittelyn erityishaasteita, elinaikana sairauden tai vamman myötä taantunut kielitaito vai mahdollisesti väliaikainen, kielenoppimisen alkuvaiheeseen liittyvä heikompi kielitaito (Leskelä & Lindholm 2012). Laaja määritelmä kattaa monenlaisia ihmisryhmiä, joilla kielellisen tuen tarve vaihtelee. Myös Ruotsissa ja Norjassa on päädytty laajaan määrittelyyn (mm. Bohman 2021; Bugge, Berget & Vindenes 2021).

Toisenlainen ajatus kohdeyleisöistä on Saksassa, jossa erotetaan ensi- ja toissijaiset kohderyhmät. Ensisijaisella ryhmällä (kehitysvammaiset, muistisairaat, kuulovammaiset ja afaattiset henkilöt, henkilöt, joilla on oppimisvaikeuksia) on lakiperusteinen oikeus saada selkokieliä palveluita. Toissijaisella ryhmällä (lukutaidottomat, kielenoppijat, ei-vammaiset) tällaisia oikeuksia ei ole. (Hansen-Schirra & Maaß 2020:25.) Eurooppalainen vammaisliike Inclusion Europe mainitsee Yleiseurooppalaisessa selkostandardissaan (IE 2009:6) kehitysvammaiset henkilöt ensisijaisena kohderyhmänä.

Määrittely heijastuu selkokielen kehittämiseen monin tavoin. Esimerkiksi Pohjoismaissa suositaan eri ryhmille ja tarkoituksiin sovellettavia selkokielen periaatteita, saksankielisissä maissa taas painotetaan tarkkoja, kohderyhmäspesifejä selkokielen sääntöjä. Tämä suuntaa myös selkokielen tutkimusta eri maissa.

Luon esityksessä katsauksen erilaisiin kohderyhmämäärittelyihin ja pohdin vaikutuksia selkokielen ohjeistuksiin. Esitykseni taustalla on viime vuosina julkaistuja uusia tietoja eri maiden selkokielen kehittämistyöstä (mm. Lindholm & Vanhatalo 2021).

### Lähteet

- Bohman, U. (2021) Easy Language in Sweden. – C. Lindholm & U. Vanhatalo (toim.) Handbook of Easy Languages in Europe. Berliini: Frank&Timme.
- Bugge, H., Berget, G. & Vindenes, E. (2021) Easy language in Norway. – C. Lindholm & U. Vanhatalo (toim.) Handbook of Easy Languages in Europe. Berliini: Frank&Timme.
- Hansen-Schirra, S. & Maaß, C. (toim.). (2020). Easy Language Research: Text and User Perspectives. Berliini: Frank&Timme.
- IE (2009) Information for all. European standards for making information easy to read and understand. [https://www.inclusion-europe.eu/wp-content/uploads/2017/06/EN\\_Information\\_for\\_all.pdf](https://www.inclusion-europe.eu/wp-content/uploads/2017/06/EN_Information_for_all.pdf)
- Leskelä, L. & Lindholm, C. (toim.). (2012). Haavoittuva keskustelu. Keskustelunanalyttisiä tutkimuksia kielellisesti epäsymmetrisestä vuorovaikutuksesta. Helsinki: Kehitysvammaliitto.
- Lindholm, C. & Vanhatalo, U. (toim.): Handbook of Easy Languages in Europe. Berliini: Frank&Timme.



## Målgrupper för lätt svenska – behov och läsmål

Solveig Arle<sup>a</sup> & Carina Frondén<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Tammerfors universitet

<sup>b</sup>Helsingfors universitet

En litteraturoversikt över forskning om lätt svenska är den första artikeln producerad i projektet "Lätt finlandssvenska" vid Tammerfors universitet (Arle & Fronden u.u.). Analysen visar att målgruppen för lättlästa texter av ett tjugotal forskare i olika discipliner har identifierats som heterogen. I studierna nämns flera undergrupper, bland dem personer med intellektuell funktionsnedsättning. I flera fall sägs undergrupperna ha behov av på olika sätt anpassade texter, men detta är inte ett resultat av den egna forskningen. I stället hänvisas till källor utanför det akademiska; populärvetenskapliga verk och dokument publicerade av intresseorganisationer och kommersiella aktörer.

I vårt material studeras olika slags lättlästa texter, som grovt kan indelas i skönlitteratur och sakprosa. Beroende på vilket material som studeras ser vi skillnader mellan perspektiven på såväl relationen mellan läsare och text som läsprocessen, skillnader oavhängiga den specifika målgruppen. Forskare som studerar sakprosa evaluerar huruvida de lättlästa texterna lyckas förmedla den avsedda informationen till läsarna. Om texten inte är tillräckligt tillgänglig misslyckas kommunikationen. (Forsberg 2015 m.fl.) De forskare som studerar skönlitteratur evaluerar i sin tur huruvida de lättlästa texterna erbjuder en kvalitativ läsoplevelse. Detta misslyckas om texten inte är tillräckligt utmanande för sin läsare eller inte är av en tillfredsställande litterär kvalitet. (Nordenstam & Olin-Scheller 2020 m.fl.)

Ett flertal forskare i vår litteraturoversikt konstaterar att fler läsundersökningar behövs för att bedöma hur väl de lättlästa texter som produceras fungerar, och samtidigt undersöka de olika målgruppernas behov (Domeij & Spetz 2014 m.fl.).

Studier av de olika målgruppernas behov försvåras emellertid även av etiska frågor. Detta gäller framförallt personer vars lässvårigheter har koppling till en funktionsnedsättning eller sjukdom, som personer med intellektuell funktionsnedsättning eller äldre med demens.

Utöver litteraturoversikten diskuterar vi kort problematiska aspekter gällande avgränsningen av målgruppen ur ett etiskt perspektiv och vad detta kan ha för effekter för forskningsresultat. Vi relaterar även detta till den kommande forskningen i projektet och de målgrupper som inkluderas.

### Referenser

Arle, S. & Frondén, C. Forthcoming. Bringing Order to Chaos: Research on Easy Swedish.

Domeij, R. & Spetz, J. (2014). Begripliga myndigheter på nätet. I: J. Lindström, S. Henricson, A. Huhtala, P. Kukkonen, H. Lehti-Eklund & C. Lindholm (Red.). *Svenskans beskrivning 33. Förhandlingar vid Trettiofjärde sammankomsten för svenskans beskrivning*. Helsingfors den 15–17 maj 2013. 52–62. Helsingfors universitet.

Forsberg, Camilla. (2014). Myndigheten som pedagog – om myndigheters lättlästa texter. I: A. Persson & R. Johansson (Red.). *Vetenskapliga perspektiv på lärande, undervisning och utbildning i olika institutionella sammanhang: utbildningsvetenskaplig forskning vid Lunds universitet*. 25–43. Lund: Lunds universitet.

Nordenstam, Anna & Christina Olin-Scheller. (2020). I litteraturens tjänst: Skolbibliotekariers uppfattningar om lättläst skönlitteratur till elever och lärare. I: M. Johansson, B-G. Martinsson & S. Parmenius Swärdh (Red.). *Trettonde nationella konferensen i svenska med didaktisk inriktning: Bildning, utbildning, fortbildning*. 209–223. Linköping: Linköpings universitet.

## Ei-asiantuntijoiden käsitykset selkokielestä

Pia Karasjärvi<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Vaasan Yliopisto

Asiantuntijan näkökulmasta selkokieli on tarkasti määritelty (Selkokeskus 2021) ja selkokielen asiantuntijoille on selvää, miten se eroaa yleiskielestä, selkeästä yleiskielestä tai hyvästä virkakielestä. Mutta miten selkokielen mieltävät ei-asiantuntijat? Onko selvää, kenelle selkokieli on tarkoitettu, ja millaisia ominaisuuksia sillä on? Onko kognitiivinen saavutettavuus ja sen suhde selkokieleen tiedossa? Erään IT-konsulttifirman suunnittelijat osallistuivat selkokielikonsultin järjestämään selkokieliyöpajaan. Ennen työpajaa lähetin IT-firmalle kyselyn, joka käsittelee näitä kysymyksiä. On hyvä selvittää, miten selkokieli mielletään, ja mistä puhutaan, kun puhutaan selkokielestä. Selkokielen ja selkeän yleiskielen rajat ovatkin häilyvät, ja nämä nähdään olevan osaa samaa jatkumoa, eikä täysin erillisiä toisistaan (Leskelä 2021: 154). Selkeällä yleiskielellä ja selkokielellä on omat ominaispiirteensä joilla nämä voi erottaa (Lindholm & Vanhatalo 2021: 18), mutta näillä on myös paljon yhteisiä piirteitä.

Teknisessä viestinnässä vakiintuneet kirjoittamiskäytännöt ovat myös hyvin samankaltaisia kuin selkeä yleiskieli, ja paljon yhteistä löytyy myös selkokielen kanssa. Esimerkiksi Simplified Technical English ASD-STE100 standardin ohjeet (ASD 2017) muistuttavat jossain määrin selkokielen ohjeistuksia.

Työpajassa käyn läpi kyselyn vastauksia ja esitän selkokielen, selkeän yleiskielen, hyvän virkakielen ja teknisen viestinnän yhtäläisyyksiä ja eroja. Erojen ja yhtäläisyyksien ymmärtämisestä on hyötyä selkokieleen liittyvässä viestinnässä, mutta myös näiden erilaisten kielivarianttien tutkimuksessa.

### Lähteet

- ASD (2017). Simplified Technical English. Specification ASD-STE100. Issue 7, January 2017. ASD Association of Europe.
- Leskelä, L. (2021). Easy Language in Finland. Teoksessa C. Lindholm & U. Vanhatalo (toim.), Handbook of Easy Languages in Europe, (s. 149-190), Frank & Timme, Berlin.
- Lindholm, C. & Vanhatalo, U. (2021). Introduction. Teoksessa C. Lindholm & U. Vanhatalo (toim.), Handbook of Easy Languages in Europe, (s. 11-26), Frank & Timme, Berlin.
- Selkokeskus (2021). Selkokielen määritelmä. Selkokeskus. Saatavilla: <https://selkokeskus.fi/selkokieli/selkokielen-maaritelma/> (Noudettu 20.1.2022)

## Verkkosivun sisällöllisen saavutettavuuden arviointi

Annikki Hyppönen<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Vaasan yliopisto

Verkkosivun teknisen saavutettavuuden lisäksi myös sen sisällöllinen, kognitiivinen saavutettavuus on tärkeää huomioida. Monilla verkkopalvelujen käyttäjillä on vaikeuksia verkkosivun käytössä, sen sisällön lukemisessa ja ymmärtämisessä. Sisällöllinen saavutettavuus tarkoittaa esimerkiksi sitä, miten helppokäyttöinen verkkosivu on, löytääkö käyttäjä sivulta helposti etsimäänsä tietoa ja onko sivun tekstisisältö ymmärrettävää ja helposti omaksuttavaa, esitysjärjestykseltään helposti hahmotettavaa ja loogisesti etenevää. Aiheeseen liittyvä aiempi tutkimus antaa vahvoja viitteitä siitä, että sisällöllinen saavutettavuus ja selkokielineen esitystapa hyödyttää monia käyttäjiä (mm. Leskelä 2019: 47; 69).

Digipalvelulain (306/2019) mukaan verkkopalvelun saavutettavuuden tila on arvioitava. Kuvaan meneillään olevassa tutkimuksessani verkkosivun sisällöllisen saavutettavuuden arviointityötä Kehitysvammaliiton Papunet-arviointipalvelussa (papunet.net). Tutkimus linkittyy Kehitysvammaliiton ja Kehitysvammautuki 57:n yhteiseen Selkeästi meille -hankkeeseen (selkeastimeille.fi). Hanke tukee kehitysvammaisten ihmisten itsemääräämisoikeutta ja osallisuutta lisäämällä viestinnän ja verkkopalvelujen sisällöllistä, kognitiivista saavutettavuutta yhteiskunnassa.

Tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa, minkälaiset verkkosivujen arvioinnin käytännöt tukevat parhaiten sisällöllisen saavutettavuuden toteutumista. Pyrkimyksenä on kuvata arviointiprosessin työtehtäviä ja niissä käytettyjä menetelmiä ja saada esille niitä sisällöllisen saavutettavuuden osa-alueita, joihin näillä menetelmillä vaikutetaan. Lisäksi kuvataan arviointityöhön osallistuvien henkilöiden työtehtävien linkittymistä arviointiprosessin eri vaiheisiin, ja arvoja, joihin arviointityö perustuu. Näihin tavoitteisiin haen vastauksia tutkimuskysymyksillä:

1. Mitä vaiheita ja menetelmiä sisältyy arviointiprosessiin, jonka lopputuloksena on sisältöään kognitiivisesti saavutettava verkkosivusto?
2. Mitkä periaatteet ohjaavat saavutettavuusarvioijaa arviointityössään?

Tutkimus on laadultaan kvalitatiivinen. Tutkimuskysymyksiin liittyvän aineiston hankintamenetelmänä käytän saavutettavuusarvioijien haastattelua, joka on tyypiltään puolistrukturoitu teemahaastattelu. Tutkimuksen lopputuloksena syntyy kuvaus, joka selittää selkosuunnitteluun ja toteutukseen liittyviä periaatteita, menetelmiä ja kriteereitä, joiden avulla sisällöllinen saavutettavuus voi toteutua. Tämä kuvaus voi jäsentyä selkosuunnittelun malliksi, jota voidaan soveltaa arviointityössä laajemminkin.

Asiasanat: selkokieli, sisällöllinen saavutettavuus, kognitiivinen saavutettavuus, saavutettavuusarviointi

Lähteet:

Kehitysvammaliitto. (2022). Kehittämishankkeet. <https://www.kehitysvammaliitto.fi/liitto/kehittamishankkeet/>  
Leskelä, L. (2019). Selkokieli. Saavutettavan kielen opas. Kehitysvammaliitto ry. Helsinki.  
Papunet. (2022). Saavutettavuus. Saatavilla: <https://papunet.net/saavutettavuus/arviointipalvelut>  
Selkeästi meille. (2022). Saavutettavaa viestintää kaikille. Saatavilla: <https://www.selkeastimeille.fi/>  
Valtiovarainministeriö. (2019). Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 306/2019. Saatavilla: <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2019/20190306>

## Selkokieltä ja käännöksiä – diskurssikartoitus kielellisestä saavutettavuudesta

Elina Tapio<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Raami kehittämispalvelut Oy

EU:n saavutettavuusdirektiivi, joka velvoittaa julkishallinnon toimijoita seuraamaan verkkosisällön saavutettavuusohjeita (Web Content Accessibility Guidelines), tuli voimaan vuonna 2016. Direktiivi on edellyttänyt toimenpiteitä vuodesta 2019 alkaen. Tämän myötä keskustelu saavutettavuudesta yleistyi nopeasti ja konkreettinen toiminta yhdenvertaisten digitaalisten palveluiden luomiseksi tuli osaksi yhä useamman työtä.

Saavutettavuusdirektiivin astuttua voimaan termin kielellinen saavutettavuus käyttö lisääntyi. Mutta mitä kielellisellä saavutettavuudella tarkoitetaan, ja millaisia määritelmiä termille annetaan? Alustava havaintoni on, että kielellinen saavutettavuus nähdään varsin kapeasti ja määritelmissä esiintyy harvoin kielen ja vuorovaikutuksen tutkimuksen näkökulmia.

Tutkimuksen menetelmänä käytän neksusanalyttistä diskurssikartoitusta (discourses survey). Diskurssikartoituksella kartoitetaan tyypillisesti yleisiä mielipiteitä ja mediassa esiintyviä diskursseja tutkimuksen alkuvaiheessa tutkimuskysymysten tarkentamiseksi (Scollon & Scollon 2004).

Aineisto koostuu pääasiassa verkkosivuista ja verkkosivujen kautta jaetuista tekstitiedostoista (esim. PDF-muotoiset julkaisut). Aineisto koottiin Google-hakukonetta käyttämällä huhtikuussa 2021. Haut tuottivat analysoitavaksi noin 190 tekstiä.

Alustavat tutkimuskysymykset ovat:

1. Millaisia määritelmiä kielelliselle saavutettavuudelle annetaan?
2. Ketkä esitetään kielellisen saavutettavuuden olennaisina toimijoina, ja millaisia rooleja toimijoille annetaan?
3. Miten kielellinen saavutettavuus yhdistyy muihin saavutettavuuden ajankohtaisiin käsitteisiin (esim. selkokieleen)?
4. Minkä tieteenalan diskursseja kielelliseen saavutettavuuteen yhdistyy?

Esitelmän loppuksi pyrin muotoilemaan määritelmän kielelliselle saavutettavuudelle, jossa korostuu vuorovaikutuksen sosiaalinen, multimodaalinen ja monikielinen luonne.

Lähteet

Scollon, R. & Scollon, S. W. (2004). *Nexus analysis. Discourse and the emerging internet*. London: Routledge.

## Sana-assosiaatiotesti kehitysvammaisille selkokielen käyttäjille

Idastiina Valtasalmi<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Tampereen yliopisto

Selkotekstejä tuotetaan kohderyhmille, joihin kuuluu kielelliseltä osaamiseltaan monenlaisia lukijoita. Jotta tekstit voivat olla helposti ymmärrettäviä mahdollisimman monille, niissä käytetään sanoja, jotka ovat yleisiä, konkreettisia ja lukijoille todennäköisesti tuttuja (ks. esim. Selkokeskus 2018). Sanojen yleisyyttä ja konkreettisuustasoa on helpompi arvioida kuin tuttuutta, joka hahmotetaan yksilöllisesti ja subjektiivisesti. Selkokielen kirjoittajat arvioivat sanoja omasta näkökulmastaan, vaikka eivät yleensä tarvitse selkokieltä itse. Selkokirjoittajien helpoiksi arvioimat sanat voivat siis olla selkolukijoille vaikeita.

Tässä esityksessä kerrotaan selektiivisestä sana-assosiaatiotestistä, jolla tutkittiin kehitysvammaisten selkokielen käyttäjien sanamerkitysten hallintaa (Valtasalmi tulossa; testin periaatteista ks. myös Read 1993; Read 2012). Tutkimukseen osallistui 24 kehitysvammaista selkolukijaa ja vertailuryhmänä 24 vammautonta nuorta aikuista. Tavoitteena oli selvittää, millaiset kielen piirteet tekevät sanoista saavutettavia mahdollisimman monille. Testissä oli 20 sanaverkkoa (vrt. Schoonen & Verhallen 2008), joissa oli ärsykesanan lisäksi kuusi muuta sanaa. Osallistujien tehtävänä oli valita kullekin ärsykesanalle kolme lähimerkityksisintä vastinetta.

Käyttäjälähtöistä selkokielen tutkimusta tarvitaan, jotta selkokielen teoriaa voidaan todentaa ja tarvittaessa kehittää. Selektiivisellä sana-assosiaatiotestillä saadaan tietoa selkokielen käyttäjien ja vertailuryhmän sanamerkitysten hallinnan eroista. Testillä saadaan uutta tietoa myös selkokielen kohderyhmän sisäisistä osaamistason eroista.

### Lähteet

- Read, J. (1993). The development of a new measure of L2 vocabulary knowledge. *Language Testing* 10, 355–401.
- Read, J. (2012). Piloting Vocabulary Tests. *The Routledge Handbook of Language Testing*. Toim. Glenn Fulcher & Fred Davidson. Routledge: London.
- Schoonen, R. & Verhallen, M. (2008). The assessment of deep word knowledge in young first and second language learners. *Language Testing* 25, 211–236. <https://doi.org/10.1177/0265532207086782>.
- Selkokeskus (2018) Selkomittari. Helsinki: Selkokeskus, Kehitysvammaliitto. <https://selkokeskus.fi/selkokieli/selkokielen-mittari/>.
- Valtasalmi, Idastiina tulossa: Lukutaitoisten kehitysvammaisten aikuisten sanamerkitysten hallinta.

## Journalistisen valokuvan kohdentaminen selkolukijalle

Auli Kulkki-Nieminen<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Tampereen yliopisto

Selkokielisten tekstien yhteydessä olevista kuvista sekä visuaalisesta toteutuksesta on Selkokielen mittarissa (Selkokeskus 2018) arviointikriteereitä, jotka koskevat muun muassa kuvien teknisiä vaatimuksia, asettelua ja yhteyttä tekstiin sekä tulkinnallista selkeyttä. Samoin on olemassa käytännön suosituksia ja ohjeita (ks. esim. Virtanen 2009), ja niitä sovelletaan myös mediateksteissä (ks. Leskelä & Kulkki-Nieminen 2015; Kulkki-Nieminen 2020).

Esittelen tutkimustani journalististen valokuvien käytöstä Selkosanomissa pandemia-aiheisissa uutisissa tammi–toukokuussa vuonna 2020. Aineistoon kuuluvat kuvien ja kuvatekstien lisäksi uutisten otsikot ja ingressit. Käsittelen joitakin kuvatekstien tekstianalyysin tuloksia siitä, miten kuva rekontekstualisoidaan kielellisin keinoin osaksi uutista. Tutkimuskysymyksenäni on ollut esimerkiksi se, miten otsikko ja kuvateksti ohjaavat lukijaa hahmottamaan ja tulkitsemaan kuvaa.

Koska käytetyt kuvat ovat peräisin Lehtikuvan arkistosta, kuvatekstin tärkeänä tehtävänä on yhdistää selkokielisesti kuva osaksi tekstikokonaisuutta (vrt. Heikkilä 2006). Kuvina on käytetty tyypillisiä uutisvalokuvia, mutta myös symbolisia kuvituskuvia ja niin sanottuja tunnistevalokuvia (käsitteet ks. Pienimäki 2013). Uutisessa kuvat ovat funktioiltaan hyvin erilaisia, mikä näkyy myös kuvateksteissä. Niistä voi arvioida myös sitä, millaiselle lukijalle uutinen on kohdennettu. Kuvien suhde kielellisiin osioihin vaihtelee huomattavan paljon. Kuvateksti saattaa selostaa kuvan näkymää pelkän metatekstin avulla ja nimetä esimerkiksi osallistujat, paikan ja esineet. Toisaalta siinä voi olla runsaasti informaatiota, jota ei ole esillä tekstin muissa osissa. Kuvateksteissä tavoitellaan selkokielisyyttä, ja esimerkiksi selitetään keskeisiä uutisen käsitteitä. Osa kuvateksteistä on myös huomattavan pitkiä, mikä ei palvele heikkoa lukijaa.

### Lähteet

- Heikkilä, E. (2006). Kuvan ja tekstin välissä. Kuvateksti uutiskuvan ja lehtijutun elementtinä. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 1065. Helsinki: SKS.
- Kulkki-Nieminen, A. (2020) Journalistisia tekstejä selkokielellä. Saavutettavan median tarjonnasta ja erityispiirteistä. – Media & viestintä 43 (4) s. 385–402. <https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/100622>
- Leskelä, L. (2019). Selkokieli. Saavutettavan kielen opas. Helsinki: Kehitysvammaliitto, Oppimateriaalikeskus Opike.
- Leskelä, L. & Kulkki-Nieminen, A. (2015). Selkokirjoittajan tekstilajit. Helsinki: Kehitysvammaliitto, Oppimateriaalikeskus Opike.
- Pienimäki, M. (2013). Valokuvien kriittinen tulkitseminen medialukutaitona ja lajityypittely sen kehittäjänä. Väitöskirja, Jyväskylän yliopiston taiteiden ja kulttuurin tutkimuksen laitos. Kuvista sanoin 12, Suomen valokuvataiteen museon julkaisuja 45. Helsinki: Suomen valokuvataiteen museo.
- Selkokeskus 2018. Selkokielen mittari. Saatavilla: <https://selkokeskus.fi/selkokieli/selkokielen-mittari/>.
- Virtanen, H. 2009: Selkokielen käsikirja. Helsinki: Kehitysvammaliitto, Oppimateriaalikeskus Opike.



VAKKI

# WORKSHOPS

Responsibility in Influencer Communication  
Vastuullisuus vaikuttajaviestinnässä

## Meikki-selfiet ja asukuvat yhteiskunnallisen vaikuttamisen kanavana

Hanna Limatius<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Vaasan yliopisto

Tarkastelen esitelmässäni niitä tapoja, joilla suomalaiset muoti- ja kauneusalan mikrovaikuttajat nostavat yhteiskunnallisia ja poliittisia teemoja esiin Instagram-tileillään. Keskustelu muoti- ja kauneusalan vaikuttajista keskittyy usein kaupalliseen sisällöntuotantoon, mutta he osallistuvat myös yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen. Esimerkiksi pluskokoiset naiset ovat muotiblogien kirjoittamisen kautta kommentoineet lihaviin kohtaamaa syrjintää sekä muotimaailmassa että yhteiskunnassa (Gurrieri & Cherrier, 2013; Limatius, 2020; Scaraboto & Fischer, 2013).

Kauneus- ja muotialan vaikuttajat ottavat julkaisuissaan kantaa esimerkiksi rasismiin, sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjen oikeuksiin, naisten ja tyttöjen oikeuksiin, vihapuheeseen, sekä koronakriisiin. Olen erityisen kiinnostunut niistä tavoista, joilla meikkiä tai asukokonaisuutta esittelevä visuaalinen sisältö (ts. selfie tai ”päivän asu”) liitetään yhteiskunnallisia ongelmia ja ilmiöitä käsitteleviin verbaalisiin teksteihin. Selfieiden tuottamiseen liittyy monenlaisia merkityksiä, ja ne kytkeytyvät olennaisesti valtaan ja vaikuttamiseen (Abidin, 2016).

Tutkimuksen tavoitteena on vastata seuraaviin kysymyksiin:

- 1) Miten näennäisesti toisistaan irralliset visuaaliset ja verbaaliset viestit toimivat yhdessä yhteiskunnallisen vaikuttamisen kanavana?
- 2) Millainen vastaanotto julkaisuilla on? Kommentoivatko vaikuttajien seuraajat ensisijaisesti kuvissa esitetyjä asuja tai meikkejä, vai osallistuvatko he keskusteluun yhteiskunnallisesta aiheesta?
- 3) Millaisiin laajempiin diskursseihin meikki- ja asukuvat liitetään aihetunnisteiden avulla?

Laadullisen tutkimuksen aineisto koostuu kuuden suomalaisen mikrovaikuttajan Instagram-julkaisuista vuosilta 2020-2021. Analyysiin sisällytetyt vaikuttajat keskittyvät Instagram-tileillään pääasiassa kauneuteen, muotiin ja elämäntyyliin liittyviin aiheisiin. Tutkimuksen menetelmällinen lähestymistapa on multimodaalinen diskurssianalyysi.

### Lähteet

- Abidin, C. (2016). "Aren't These Just Young, Rich Women Doing Vain Things Online?": Influencer Selfies as Subversive Frivolity. *Social Media + Society*. <https://doi.org/10.1177/2056305116641342>
- Gurrieri, L., & Cherrier, H. (2013). Queering beauty: Fatshionistas in the fatosphere. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16 (3), 276-295.
- Limatius, H. (2020). *Communities of Empowerment: Exploring the Discourse Practices of Plus-Size Fashion Bloggers*. Tampere: PunaMusta Oy, Tampere University. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-1489-7>
- Scaraboto, D., & Fischer, E. (2013). Frustrated fatshionistas: An institutional theory perspective on consumer quests for greater choice in mainstream markets. *Journal of Consumer Research*, 39 (6), 1234-1257.



## Toimittajat ja vaikuttajat vastuullisuusviestinnän tekijöinä hybridissä mediaympäristössä

Meri Frig<sup>a</sup> & Visa Penttilä<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Hanken Svenska handelshögskolan

<sup>b</sup> Hanken Svenska handelshögskolan

Sosiaalisen median vaikuttajien yhteiskunnallisen roolin voi nähdä vahvistuvan vastuullisuusviestinnässä, kun yhä useammat ihmiset saavat tietoa yritysten ja muiden organisaatioiden toiminnasta näiden vaikuttajien kautta. Samalla myös perinteiset tiedonvälittäjät kuten toimittajat ja mediaorganisaatiot ovat läsnä sosiaalisessa mediassa. Osa toimittajista myös profiloituu aktiivisina vastuullisuusvaikuttajina sosiaalisen median alustoilla. Näiden toimijoiden vastuullisuusviestintä sijoittuu hybridiin mediaympäristöön, missä viestit liikkuvat nopeasti perinteisen median ja sosiaalisen median alustojen rajapinnoilla (Chadwick 2013). Toistaiseksi tutkimus vaikuttajien ja toimittajien suhteesta vastuullisuusviestintään on kuitenkin ollut verrattain vähäistä.

Niin vaikuttajaviestintään kuin journalismin kuulua olennaisesti tiedon välittäminen laajalle yleisölle. Toimittajat ja mediaorganisaatiot ovatkin ryhtyneet pohtimaan suhdettaan vastuullisuuteen ekologisessa kriisissä. Vastuullisuusviestinnän tutkimuksessa painotetaan kuitenkin moniäänisyyden korostumista nykyisessä mediaympäristössä (Christensen, Morsing, & Thyssen 2015; Guthey & Morsing 2014; Schultz, Castello, & Morsing 2013). Mediaympäristön muutokset ovat johtaneet siihen, että viestintä on yhä vähemmän yksittäisen viestijän hallittavissa, ja vastuullisuuden merkitykset muodostuvat keskustelun kohteena olevasta toimijasta irrallaan.

Tutkimuksen lähteaineistona on toistakymmentä toimittajan haastattelua. Haastattelut keskittyvät siihen, miten toimittajat suhteutuvat hybridiin mediaympäristöön tuottaessaan sisältöjä vastuullisuusteemoista. Aineistoon on myös tarkoitettu kerätä esimerkkejä viestintätilanteista. Tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää, millaisia jännitteitä he kokevat tiedonvälittäjän roolissa nykyisessä mediaympäristössä, millaiset tavoitteet ja arvot ajavat heidän toimintaansa julkisuudessa, ja miten he kokevat journalistien eettisen koodiston ohjaavan heidän toimintaansa median murroksessa, journalistisen median ulkopuolella.

Haastateltaviin toimittajiin lukeutuu henkilöitä, jotka edustavat kolmenlaisia suhteita hybridiin mediaympäristöön: (1) toimittajiin, jotka toimivat vaikuttajaidentiteetillä sosiaalisessa mediassa ja rakentavat omaa henkilöbrändiä, (2) toimittajiin, jotka kirjoittavat aktiivisesti vastuullisuudesta perinteisen median sivuilla, mutta eivät sosiaalisessa mediassa, ja (3) toimittajiin, jotka toimivat sosiaalisessa mediassa lähinnä työnantajansa äänitorvena. Viimeaikainen viestinnän tutkimus on osoittanut, että toimittajat suhtautuvat moninaisin tavoin sosiaaliseen mediaan (Paaso 2021).

Tutkimuksen tavoitteena on lisätä tietoa ja ymmärrystä prosesseista, tavoitteista ja odotuksista, jotka ohjaavat toimittajien toimintaa vastuullisuuden merkityksen rakentamisessa. Samalla se nostaa vastuullisuusviestinnän keskusteluun journalismin merkityksen yleisöä palvelevana, totuuteen pyrkivänä instituutiona, millä on keskeinen tehtävä yhteiskunnallisessa muutoksessa.

Lähteet:

- Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. New York: Oxford University Press.
- Christensen, L., Morsing, M., & Thyssen, O. (2015). The polyphony of values and the value of polyphony. *ESSACHESS - Journal for Communication Studies*, 8(1), 9-25.
- Christensen, L., Morsing, M., & Thyssen, O. (2013). CSR as aspirational talk. *Organization* 20(3), 372–393.
- Guthey, E., & Morsing, M. (2014). CSR and the mediated emergence of strategic ambiguity. *Journal of Business Ethics* 120(4), 555–569.
- Schultz, F., Castello, I., & Morsing, M. (2013). The construction of corporate social responsibility in network society: A communication view. *Journal of Business Ethics* 115(4), 681–692.
- Paaso, M. (2021). *Yksityinen ja julkinen toimittaja: Suomalaisten toimittajien vaikutelman hallinta sosiaalisessa mediassa*. Väitöskirja, Jyväskylän yliopisto. Saatavilla: <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/78582>

## Lääkärit Instagramissa: perinteisen asiantuntijuuden puolustamista vai laajentamista?

Elina Uutela<sup>a</sup>, Essi Pöyry<sup>b</sup>, Mikko Jauho<sup>c</sup> & Salla-Maaria Laaksonen<sup>d</sup>

<sup>a</sup>Helsingin yliopisto

<sup>b</sup>Helsingin yliopisto

<sup>c</sup>Helsingin yliopisto

<sup>d</sup>Helsingin yliopisto

Terveyden ja hyvinvoinnin kentällä asiantuntijuus yhdistetään pitkälti perinteisiin professioihin, erityisesti lääkäreihin. Asiantuntijuus kuitenkin laajentuu muuttuvassa mediaympäristössä. Ihmiset yksilöllisine ongelmineen kuluttavat asiantuntijoiden tuottamaa terveystietoa ja arvioivat sen uskottavuutta aiempaa enemmän (Grundmann 2016; Nowotny 2000). Samalla itseoppineille, perinteisten professioiden ja tieteen ulkopuolelta ponnistaville asiantuntijoille on tarjolla aiempaa laajempia yleisöt (esim. Setälä & Väliaverron 2014; Lewis 2010). Tässä tilanteessa asiantuntijat joutuvat kilpailemaan tuottamansa tiedon yleisöstä (Poutanen & Laaksonen 2020).

Asiantuntijuuden laajenemista on tutkittu aikaisemmin pääasiassa perinteisiä professioita haastavien uusien ryhmien (Lewis 2010; Setälä & Väliaverron 2014) tai keskustelujen (Huovila & Saikkonen 2016; Jauho 2013; Gunnarsson & Elam 2012) näkökulmasta. Tutkimuksessamme laajennamme tätä tarkastelua suuntaamalla katseen perinteisten professioiden edustajiin uusissa medioissa, tarkemmin sanottuna lääkäreiden toimintaan Instagramissa. Tarkastelemme, miten lääkärit hyödyntävät asiantuntijapositionaan resurssina sosiaalisessa mediassa ja neuvottelevat suhdettaan muihin asiantuntijoihin ja vaikuttajiin; puolustaako vai laajentaako lääkäreiden toiminta perinteistä käsitystä asiantuntijuudesta? Aineistona on 20 seuratuimman suomalaisen Instagramissa vaikuttavan lääkärin avoimet julkaisut vuosilta 2020–2021 (n=2057).

Terveyden ja hyvinvoinnin alue on altis erilaisille uskomuksille ja virheelliselle tiedolle. Onkin ehdotettu, että lääkärit voisivat toimia sosiaalisessa mediassa virheellisen tiedon oikojina ja leviämisen estäjinä (Bautista ym. 2021; Naeem ym. 2021; Trethewey 2020). Tarkastelumme pohjalta lääkäreiden rooli Instagramissa on tätä laajempi: lääkärit eivät ole vain reaktiivisia faktantarkastajia, vaan luovat sisältöjä itse ja myös ammatillisen toimenkuvansa ulkopuolelta. Ero perinteiseen tiedeviestintäkäsitykseen (esim. Väliaverron 1993; Cloître & Shinn 1985) on ilmeinen. Tieteellinen tieto ei etene putkimaisesti tieteellisestä löydöksestä ammattijulkisuuden kautta suurelle yleisölle, vaan Instagramin lääkärit vastaavat usein suoraan seuraajiensa esittämiin kysymyksiin ja toimivat viestinviejinä tieteen ja kuluttajien välillä (vrt. Huovila & Saikkonen 2018).

Analyysissä nousi myös esille, että Instagram-lääkärit lainaavat sosiaalisen median vaikuttajien toimintatavoista samaan tapaan kuin kenttäasiantuntijat ja muut perinteisten tiedollisten auktoriteettien haastajat lainaavat tieteen toimintatavoista (esim. Jauho 2013). Instagramin kaltaisilla alustoilla tarjotaan popularisoitua tiedettä, joka häivyttää ammattimaisen tiedeviestinnän ja lifestyle-sisältöjen rajoja.

## Lähteet

- Bautista, J. R., Zhang, Y., & Gwizdka, J. (2021). Healthcare professionals' acts of correcting health misinformation on social media. *International Journal of Medical Informatics*, 148, 104375.
- Cloître M., Shinn T. (1985). Expository Practice. In: T. Shinn & R.D. Whitley (eds) *Expository Science: Forms and Functions of Popularisation. Sociology of the Sciences a Yearbook*, vol 9. Springer, Dordrecht.
- Grundmann, R. (2016). The Problem of Expertise in Knowledge Societies. *Minerva*, 55, 25–48.
- Gunnarsson, A. & Elam, M. (2012). Food Fight! The Swedish Low-Carb/High Fat (LCHF) Movement and the Turning of Science Popularisation Against the Scientists. *Science as Culture*, 21(3), 315–334.
- Huovila, J. & Saikkonen, S. (2016). Establishing credibility, constructing understanding: The epistemic struggle over healthy eating in the Finnish dietetic blogosphere. *Health* 20(4), 383–400.
- Jauho, M. (2013). Tiedevastaisuutta vai tiedekriittisyyttä? Vähähiilihydraattisen ruokavalion kannattajien käsityksiä asiantuntijuudesta ja tieteellisestä tiedosta. *Yhteiskuntapolitiikka* 78(4), 365–377.
- Lewis, T. (2010). Branding, celebritization and lifestyle expert. *Cultural Studies*, 24(4), 580–598.
- Naeem, S. B., Bhatti, R., & Khan, A. (2021). An exploration of how fake news is taking over social media and putting public health at risk. *Health Information & Libraries Journal*, 38(2), 143-149.
- Nowotny, H. (2000). Transgressive Competence. The Narrative of Expertise. *European Journal of Social Theory*, 3(1), 5–21.
- Setälä, V. & Välierronen, E. (2014). Fighting Fat: The Role of 'Field Experts' in Mediating Science and Biological Citizenship. *Science as Culture*, 23(4), 517–536.
- Trethewey, S. P. (2020). Strategies to combat medical misinformation on social media. *Postgraduate Medical Journal*, 96(1131), 4–6.
- Välierronen, E. (1993). Science and the Media: Changing Relations. *Science & Technology Studies*, 6(2), 23–34.

## Debating influencer responsibility on an anonymous social media platform

Merja Porttikivi<sup>a</sup>, Salla-Maaria Laaksonen<sup>b</sup> & Hanna Reinikainen<sup>c</sup>

<sup>a</sup> Aalto University

<sup>b</sup> University of Helsinki

<sup>c</sup> University of Jyväskylä

Social media influencers (Freberg et al. 2011; Abidin 2015), SMIs, have the power to form strong emotional bonds with their audiences. Subsequently, SMIs often receive plenty of favorable responses to their posts. However, they may also receive negative comments targeting their individual features (Hänninen 2018), inauthenticity (Wellman et al, 2020) or broader themes such as consumption habits. Much of this criticism takes place outside the original platforms, such as in new, anonymous spaces.

Drawing from theories of trans-mediated parasocial relationships (Wellman 2020) and affordances of anonymity (Bucher & Helmond, 2017; Sharon & John, 2018), this paper sets out to investigate the ways in which the responsibility of SMIs is debated on an anonymous social media platform. Thus, we are interested in how parasocial relationships and tensions between SMIs and their audiences, as well as the relationships among the anonymous commentators, are discursively constructed in the context of increasing responsibility claims.

Our empirical material is collected from an anonymous hyperlocal, mobile social media application Jodel. Online ethnography was carried out on two specific channels that focus on discussions around SMIs.

We argue that Jodel provides a unique infrastructure for consumers to express their affectively attuned relationships towards SMIs. While anonymity generates an affordance for consumers to address their consumption-related experiences, our findings highlight how it also generates social peer relationships (see Sharon & John 2018). Further, the platform provides an infrastructure for critical discussions, and a site for a self-reflection of consumer identities, thus generating an 'online third space' for informal politics (cf. Wright et al. 2015). This is particularly evident in frequent discussions concerning aspects of responsible consumption and related brand collaborations. Furthermore, the results also raise questions about the role and the responsibility of the platform. After the data was gathered, Jodel has attempted to moderate negative discussions by closing channels previously dedicated to gossiping about SMIs.

**Keywords:** Social media influencers, anonymous online discussions, responsibility claims

### References

- Abidin, C. (2015). Communicative intimacies: Influencers and perceived interconnectedness. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, 8.
- Bucher, T., & Helmond, A. (2017). The Affordances of Social Media Platforms. In J. Burgess, T. Poell, & A. Marwick (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 233–253). London and New York: SAGE.
- Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public Relations Review*, 37(1), 90-92.
- Hänninen, R. (2018). On the Dark Side of Lifestyle Blogging - The Case of Negative Anonyms. Available at:

- <http://widerscreen.fi/numerot/2018-3/on-the-dark-side-of-lifestyle-blogging-the-case-of-negative-anonyms>
- Marwick, A. E. (2015). Instafame: Luxury selfies in the attention economy. *Public Culture*, 27(1), 137–160.
- Sharon, T., & John, N. A. (2018). Unpacking (the) secret: Anonymous social media and the impossibility of networked anonymity. *New Media and Society*, 20(11), 4177–4194. <https://doi.org/10.1177/1461444818768547>
- Wellman, M. L. (2020). Trans-mediated parasocial relationships: Private Facebook groups foster influencer–follower connection. *New Media & Society*, 1461444820958719.
- Wellman, M. L., Stoldt, R., Tully, M., & Ekdale, B. (2020). Ethics of authenticity: Social media influencers and the production of sponsored content. *Journal of Media Ethics*, 35(2), 68-82.
- Wright, S., Graham, T., & Jackson, D. (2015). Third space, social media, and everyday political talk. In *The Routledge companion to social media and politics* (pp. 74-88). Routledge.

## How does influencer marketing create vulnerabilities for SMIs?

Hanna Reinikainen<sup>a</sup>, Teck Ming Tan<sup>b</sup>, Vilma Luoma-aho<sup>c</sup> & Jari Salo<sup>d</sup>

<sup>a</sup> University of Jyväskylä

<sup>b</sup> University of Oulu

<sup>c</sup> University of Jyväskylä

<sup>d</sup> University of Helsinki

Literature on influencer marketing has, thus far, been largely interested in the possible positive outcomes for brands and organizations, and explored the effectiveness of influencer endorsements on, i.e., brand attitude and purchase intention. It has, however, been questioned, whether negative perceptions between brands and social media influencers (SMIs) might spill-over the same way as positive perceptions do (Reinikainen et al. 2020). This paper presents the results of a recent study that explored the effects of influencer betrayals on brands and brand betrayals on SMIs (Reinikainen et al. 2021). In the study, two experimental conditions were created, and 250 respondents were recruited from Amazon Mechanical Turk to participate. In the scenarios, the respondents were told that either a brand they followed (Condition 1) or an SMI they followed (Condition 2) had secretly engaged in unethical behavior. Respondents in both conditions were also told that the brand and the SMI had engaged in an endorsement partnership with each other. The results showed that a perceived betrayal by a brand can negatively affect the perceived coolness of the SMI that has endorsed the brand, as well as the parasocial relationships that followers have with the SMI. Accordingly, a perceived betrayal by an SMI can negatively affect brand attitude, brand trust and purchase intention toward a brand that the SMI has endorsed. The results suggest that SMIs may be hurt in case brands they have endorsed behave unethically. Therefore, influencer marketing may create vulnerabilities for SMIs. This raises questions about the role and the responsibility of brands in protecting influencers from such vulnerabilities. The presentation also considers what are other possible situations that can leave SMIs vulnerable due to influencer marketing.

### References

- Reinikainen, H., Munnukka, J., Maity, D., & Luoma-aho, V. (2020). 'You really are a great big sister': parasocial relationships, credibility, and the moderating role of audience comments in influencer marketing. *Journal of Marketing Management*, 36(3-4), 279-298.
- Reinikainen, H., Tan, T. M., Luoma-aho, V., & Salo, J. (2021). Making and breaking relationships on social media: the impacts of brand and influencer betrayals. *Technological Forecasting and Social Change*, 171, 120990.