



VAKKI

COMMUNICATING WITH PURPOSE

ABSTRACTS

VAKKI SYMPOSIUM XLIII

University of Vaasa

9.–10.2.2023

Contents

PLENARY ABSTRACTS

Oana Brindusa Albu

Managing Visibilities Through Communication: The Shades and Shadows of Activism
in Repressive Contexts

5

Anastasia Kavada

Communicating (With) Care: Vulnerability and Communication for Social Change

6

SESSION ABSTRACTS

Maria Andersson-Koski & Lieselott Nordman

Sign Language Translators as "Language Makers" in the Revitalisation of an
Endangered Language

8

Vincent Björkquist

Mediekritiska argument(kombinationer) i Facebook-kommentarer till SVT Nyheters inlägg

9

Ilari Ceder, Leena Mikkola & Steve May

For Capitalist Purposes Only? A Critical Discourse Analysis of Organizational Purpose
Communication by the Big Four

10

Maria Eronen-Valli

Joukkorahoituskampanjoiden monet kasvot: yritysten toteuttamien kampanjoiden
merkityksiä genreanalyttisestä näkökulmasta

11

Sanna Heittola & Siv Björklund

Mot en hållbar utveckling för meningsfull användning av flera språk nationellt? Ungas
uppfattningar om möjligheter till språkval vid kommunikation i Finland och Sverige

13

Sanna Heittola, Sofie Henricson & Siv Björklund

Flerspråkig pedagogik i andraspråksklassrummet

14

Jutta Helenius

Tekstipajatyöskentely kirjoittajien vertaistuen foorumina

15

Heidi Hirsto

Constructing Futures in Crowdfunding Discourse

16

Mira Kainulainen

Käyttäjäkeskeisyys ja osallisuus sosiaalialan sarjakuva-asiakirjoissa

17

Johanna Kalja-Voima, Vesa Jarva & Jenny Tarvainen

Tieteen muuttuvat diskurssit Suomi24-keskustelupalstalla

19

Marja Kivilehto

Meningsfull kommunikation – med eller utan spark

Vårdbarbetares kommunikativa kompetens i fokus

20

Annamari Korhonen

Käännetty yritysviestintä kognitiivisena yhteistyönä

21

Merja Koskela, Liisa Kääntä, Henna Syrjälä & Eveliina Salmela

"Asumisesta on tehty turhan monimutkaista": Kestävyyden ja asumisen väliset
kohtaamispisteet mediateksteissä

22

Tomi Laapotti & Mitra Raappana

Ventriloquistinen näkökulma digitaaliisiin alustoihin organisaatioissa

23

Esa Laihanen		
Vuorovaikutusta rakentavia ja evaluoivia merkityksiä kieltävissä rekrytointivastauksissa		24
Hans Landqvist		
Är handboken hundagarens bästa vän? Organisering, sökmöjligheter och läsvägar i två artonhundratalshandböcker		26
Hans Landqvist, Niina Nissilä, Nina Pilke & Sannina Sjöberg		
Samarbetet mellan TNC och RTT 1938–1998		
Terminologiarbete som resurs för meningsfull kommunikation		28
Tommi Lehtonen		
Globalisation and Cultural Diversity in the Finnish School Curriculum: The Perspective of Ethical Implications		30
Maarit Leskelä & Sabine Grasz		
Wie zeigt sich Agency in technologievermittelten deutsch-finnischen Geschäftsverhandlungen?		31
Ella Lillqvist & Merja Porttikivi		
”Jos et aloita, mikään ei muutu”: Tulevaisuksien rakentuminen median sijoitusdiskursseissa		32
Marjut Männistö		
Itsestääkertominen tuo luottamusta ja rakentaa merkityksellisyttä		33
Eeva-Liisa Nyqvist		
Pluralböjning i inlärarysenska. En jämförelse mellan språkbad och traditionell undervisning		34
Mitra Raappana & Tomi Laapotti		
Toimivalta ja toimijuus yhteistyötilaorganisaation yhteisöllisyyden johtamisprosesseissa		36
Jessica Rosenberg		
The Role of Digital Media in Discourses on Identity of Swedish-speaking Finns in Diaspora		38
Tanja Sihvonen & Ville Manninen		
Some-journalismi Instagramissa ja TikTokissa: #Uutiset @ylekioskista @rareonkovaan		39
Jenny Tarvainen		
Miten Helsingin asuinalueista puhutaan? - Korpusavusteinen diskurssintutkimus spatialisista stigmoista		40
Anca-Marina Velicu		
When Purpose Gets Lost in (Hidden) Translation: A Case Study about Advertising		41
Tessa Virta		
”Kaikella, mitä teemme on yksi tarkoitus”: Merkityksellisyden perustelu yritysten verkkosivuilla		42
Mu(Christina) Zhao		
Meaning Constructed and Reconstructed in ad hoc ELF Interpreting Mediated Chinese-European Intercultural Business Meetings		43

WORKSHOPS

Creepiness and Leakiness within Contemporary Tracking Practices: Privacy Interpretations Workshop		
(Rebekah Rousi, Sujay Basavaraj Shalawadi, Florian Echtler, Ville Vakkuri, Hanna-Kaisa Alanen & Satu Rantakokko)		45

Digitalisaatio ja viestinnän tehtävät uusilla hyvinvointialueilla (Anna-Maria Mäki-Kuutti, Sinikka Torkkola & Anna Sandra Toset)	48
Digital and Computational Methods in Studying Organizational Communication (Salla-Maria Laaksonen & Kaisa Laitinen)	50
Antero Hirvensalo	
Social Organizing of Cross-Sector Innovation Groups	51
Mia Leppälä	
Digitalisaatio ja tiedonvälittäjät työyhteisön viestinnän kehittämisessä	52
Merja Porttikivi	
Twitter-debates Concerning Forest Issues and Values in Finland	54
Tanja Sihvonen	
TikTok and the Problem of (Meta)Data	55
Interfaces Between Cognitive Accessibility and Technical Communication (Pia Karasjärvi & Jenni Virtaluo)	57
Joni Hyypää & Laura Havinen	
Käyttöliittymän käytettävyyden kehittäminen kognitiivinen ergonomia huomioiden	58
Suvi Isohella	
Remote Usability Testing - Benefits and Limitations	59
Pia Karasjärvi	
Kognitiivisen saavutettavuuden lähestymistavat – Approaches to Cognitive Accessibility	60
Social Media Influencers and Politics – New Research Avenues (Elisa Kannasto, Salla-Maria Laaksonen, Essi Pöyry & Hanna Reinikainen)	62
Meri Frig & Visa Penttilä	
Social Media Influencers and the Stakeholder Politics of Corporate Responsibility	63
Heidi Hirsto & Cecilia Hjerpe	
Influencer Relations Meets Investor Relations – Making Sense of “Influencer-investors” in the Context of Ethical Fashion	64
Sanna Malinen	
Uudet mielipidevaikuttajat sosiaalisessa mediassa	65
Nuppu Pelevina	
Social Media Influencers in Politics Beyond the “Western World”	66
Susanna Rönn	
Social Media Influence and Mainstream Political Visibility: The Case of Lizzo	67



PLENARY ABSTRACTS

Managing Visibilities Through Communication: The Shades and Shadows of Activism in Repressive Contexts

Oana Brindusa Albu^a

^aCopenhagen Business School

In this talk I will explore the role of managing visibilities in relation to care, safety and sustainability of NGOs that work in vulnerable contexts. Specifically, I will explore how visibilities are produced and managed, and how they transform the work of activists operating in repressive contexts. Theoretically, in this talk I blend perspectives from visibility and activism research and build on a recent multi sited ethnographic study I conducted in a non-profit organization. The contribution of the talk is to research and practice situated at the intersection of visibility and activism: firstly, I identify the social and material agencies involved in the production of different dimensions of visibilities (mildly shaded and mostly shadowed). Secondly, I discuss how the three identified relational imbrications of agencies (encryption, obfuscation, and concealment) at times empower and undermine the efforts of both activists and oppressors. The talk will conclude by providing novel insights concerning the (dis)empowering role of visibilities applicable to many collectives, corporations and institutions that rely on visibility management, as datafication is making it increasingly easy for behaviors to be seen.

Communicating (with) Care: Vulnerability and Communication for Social Change

Anastasia Kavada^a

^a University of Westminster

This talk will investigate how campaigning groups and social movements use digital media to communicate care and *with* care. The pandemic and the climate crisis have brought the notion of care more sharply to the fore. The ethics of care are based on vulnerability, perceiving it as a shared condition that unites all of us. They are also premised on interdependence, on the fact that we are all dependent on each other in order to survive. The notion of care can bring together diverse groups and social movements fighting for progressive change as it can facilitate a way of framing common struggles that is more intersectional and less exclusive. Care highlights the necessity of attending to the emotions of those associated with the campaign or the movement, from participants, to beneficiaries, to the audience at large. These emotions range from anger and pain to joy, hope and love. All these emotions have a role to play in communication for social change from: the anger that gets people to the streets, to the joy that keeps them engaged with the cause, to the love that is needed to build alternatives. Communicating care and with care on digital media thus entails nurturing people's emotions in ways that help them to avoid burnout and compassion fatigue and to feel empowered to take action. However, care is associated with a power asymmetry between carers and those being cared for. Thus, employing the notion of care unquestioningly may help perpetuate structural inequalities, for instance, in the framing of campaign beneficiaries and participants as victims. Communicating with care on digital media also raises ethical questions around the representation of trauma and vulnerability, that are often at the centre of social change campaigns. This talk will explore these issues by focusing on examples of social movements and campaigns from the past 15 years, from the Occupy mobilisations to Black Lives Matter and to more recent protests against climate change.



SESSION ABSTRACTS

Sign Language Translators as “Language Makers” in the Revitalisation of an Endangered Language

Maria Andersson-Koski^a & Lieselott Nordman^b

^a University of Helsinki

^b University of Helsinki

For speakers of a Sign Language, translation and interpreting services are a prerequisite for making public information by authorities accessible, thus enabling having an active part of society. In our presentation we discuss Finland-Swedish Sign language (FinSSL) and Sign Language translators as “language makers”, stakeholders and translator agency in the process of *Language Making* (Krämer et al. 2022). *Language Making* covers processes in which speakers and actors in a linguistic community collectively conceptualize linguistic entities. When translating into a severely endangered language such as FinSSL, translators are forced to create new lexical items for filling lexical gaps during a translation task (see also Kuusi et al 2021).

FinSSL was recognized as one of Finland's two Sign Languages in the Sign Language Act in 2015. There is, however, no organized co-operative work process between Sign Language translators translating public information. This reflects poorly structured, and partly neglected, working conditions for the translators, as well as a lack of understanding by official authorities of the language itself and of translation processes.

Our study is based on interviews with deaf FinSSL translators, having Sign Language as their first language. By discussing some illustrative examples of Language Making through filling lexical gaps during a translation task, we highlight the translator's crucial role in the *revitalisation* (see e.g., Hinton et. al. 2018) of FinSSL. As previous studies have shown, translators of endangered languages draw on different resources when creating new terminology. Our study shows that in addition to FinSSL, translators use both written Swedish, Swedish Sign Language and Finnish Sign Language as resources when creating new terminology, thus showing a flexible understanding of linguistic borders. The translators' strategies and choices not only guide the development of FinSSL, but also govern it.

References

- Hinton, L., Huss, L. & Roche, G. (2018). Language Revitalization as a Growing Field of Study and Practice. Hinton et. Al. (2018). *The Routledge handbook of language revitalization*. New York, NY: Routledge
Krämer, P., Vogl, U. & Kolehmainen, L. (2022). What is “Language Making”? *International Journal of the Sociology of Language*, 2022(274), 1–27.
Kuusi, P., Riihonheimo, H & Kolehmainen, L. Translating into an endangered language: filling in lexical gaps as Language Making. *International Journal of the Sociology of Language*, 2022(274), 133–160.

Mediekritiska argument(kombinationer) i Facebook-kommentarer till SVT Nyheters inlägg

Vincent Björkquista^a

^a Uppsala Universitet

I min undersökning studerar jag vilken kritik som kommentarer till SVT Nyheters rapportering på Facebook riktar mot nyhetskanalen och dess inläggsinnehåll. Jag utreder hur vanliga olika mediekritiska argument och -kombinationer är i kommentarsfältet till ett nyhetsinlägg på SVT Nyheters Facebooksida om hur privatpersoner kan minska sin elförbrukning.

Inom fältet för digital nyhetsinteraktion är mediekritik i allmänhet underbeforskat (Reimer m.fl., 2021, s. 16f). Sociolinguistiskt har det visserligen framkommit t.ex. att kritik mot nyhetspresentatörers språkbruk hänger ihop med samhällskritik (Salö, 2022). I en medievetenskaplig rapport (Bjerling, 2022) konstateras vidare att svenskens generella förtroende för svensk public service är högt, men att vissa samhällsgrupper uppger lägre förtroende än andra. Hur kritiken mot svensk public service yttrar sig i sociala medier-kommentarer har dock inte undersöks specifikt. Trots att public service-kritiken i sociala medier inte anses vara representativ för hela befolkningen (Jakobsson m.fl., 2022, s. 107) är den värd att studera närmare, eftersom den offentliga kritiken antas utöva inflytande på nyhetsdebatten och eftersom kartläggningar av offentliga nyhetsdiskussioner ger en inblick i hur kunskap formas.

De 214 analyserade kommentarerna relevantgör elva olika mediekritiska argument. Argumenten berör dels abstraktare, ideellt inriktade aspekter utanför det berörda nyhetsinslaget, t.ex. SVT Nyheters påstådda politiska vinkling, dels konkreta, sakligt inriktade aspekter av själva nyhetsinslaget, såsom reporterns bruk av ord och uttryck. Genomgången, inklusive jämförelser med tidigare studier av kommentarer till svenska nyhetsinlägg om potentiellt kontroversiella samhällssämnen (t.ex. Hagren Idevall, 2016; Wojahn, 2015), fastställer att mediekritiken i materialet sällan är enbart mediekritisk. Istället aktualiseras kommentarerna ofta även politisk samhällskritik, inte sällan i kombination med sakligt inriktad kritik mot aspekter av nyhetsinlägget. Därutöver framkommer att de elva mediekritiska argumenten inte alltid går att skilja ifrån varandra. Istället relevantgörs de ofta i olika kombinationer, både inom de ideellt respektive sakligt inriktade kategorierna såväl som mellan kategorierna.

Referenser

- Bjerling, J. (2022). Sammanfattning av bokens slutsatser. I Bjerling, J. (red.). (2022). *Public service: En svensk kunskapsöversikt*. Nordicom, Göteborgs universitet.
- Hagren Idevall, K. (2016). *Språk och rasism: Privilegiering och diskriminering i offentlig, medierad interaktion*. Diss. Uppsala: Uppsala universitet.
- Jakobsson, P., Lindell, J., & Stiernstedt, F. (2022). Vad tycker medborgarna om public service? I Bjerling, J. (Red.). (2022). *Public service: En svensk kunskapsöversikt*. Nordicom, Göteborgs universitet.
- Reimer, J., Häring, M., Loosen, W., Maalej, W., & Merten, L. (2021). Content Analyses of User Comments in Journalism: A Systematic Literature Review Spanning Communication Studies and Computer Science. *Digital Journalism*, 10 (5).
- Salö, L. (2022). Broadcasting the skeptron: The upset of sociolinguistic closure in Swedish public service television. *International Journal of the Sociology of Language*, 2022 (275), 43–64.
- Wojahn, D. (2015). *Språkaktivism: Diskussioner om feministiska språkförändringar i Sverige från 1960-talet till 2015*. Diss. Uppsala: Uppsala universitet.

For Capitalist Purposes Only? A Critical Discourse Analysis of Organizational Purpose Communication by the Big Four

Ilari Ceder^a, Leena Mikkola^b & Steve May^c

^aTampere University

^bTampere University

^cUniversity of North Carolina at Chapel Hill

Organizational purposes are usually communicated as ethically justifying elementary foundations of organizations. Purpose has been examined in several fields, but, with a few exceptions (e.g., Mitra and Fyke, 2017; Fyke and Buzzanell, 2013), purpose has not yet become an established subject in organizational communication research. Yet, the perspective of organizational communication research is crucial in understanding how organizations are constructed and justified through their communication practices. Furthermore, communication of purpose may have the cross-purpose of combining profit and the common good, since the role of communication is to constitute not only organizations but capital (Mumby and Plotnikof, 2019). The aim of our study was to analyze how the communication of purpose is used to justify the existence of the dominant economic model. Therefore, we asked how modern capitalism as an ideology constitutes the communication of organizational purpose and how this ideology is manifested and justified through communication. With the assistance of critical discourse analysis, we explored purpose-related communication of management consulting agencies Deloitte, EY, KPMG, and PwC. We focused on communication of these organizations because they have transformed from mere auditors to active advisers of global business organizations (Kalaitzake, 2019). The data consisted of 39 texts collected from the web pages of these consultancies. The results of our analysis identified three discourses and thirteen sub-discourses. Furthermore, to understand how the ideology of capitalism is manifested and justified through the detected discourses, we used Therborn's (1980) three ideological interpellations to analyze what exists, what is good, and what is possible in the world constructed through the identified discourses. We argue that through these discourses, the prevailing capitalist ideology seeks to communicate organizational purposes to justify its existence, thereby exploiting organizational communication to further accumulate capital.

References

- Fyke JP and Buzzanell PM (2013) The ethics of conscious capitalism: wicked problems in leading change and changing leaders. *Human Relations* 66(12): 1619–1643. DOI: 10.1177/0018726713485306.
- Kalaitzake M (2019) Accounting for success: the Big Four as allies of finance in post crisis regulatory reform. *Business and Politics* 21(3). Cambridge, UK: 297–326. DOI: 10.1017/bap.2019.6.
- Mitra R and Fyke J (2017) Purpose-driven consultancies' negotiation of organizational tensions. *Journal of Applied Communication Research* 45(2): 140–159. DOI: 10.1080/00909882.2017.1288290.
- Mumby DK and Plotnikof M (2019) Organizing power and resistance. In: McDonald J and Mitra R (eds) *Movements in Organizational Communication Research*. New York: Routledge.
- Therborn G (1980) *The Ideology of Power and the Power of Ideology*. London: Verso.

Joukkorahoituskampanjoiden monet kasvot: yritysten toteuttamien kampanjoiden merkityksiä genreanalyytisestä näkökulmasta

Maria Eronen-Valli^a

^a Vaasan yliopisto

Joukkorahoituskampanjat, joilla yksittäiset ihmiset ja organisaatiot hakevat taloudellista apua keneltä tahansa yksityiseltä lahjoittajalta, ovat osa verkon rahoituskulttuuria. Joukkorahoituskampanjat eivät kuitenkaan ole pelkästään avunpyyntöjä taloudelliseen tilanteeseen, vaan niistä voidaan nähdä muitakin viestinnällisiä tavoitteita toteuttavia sisältöjä, kuten yritysnarratiiveja (Cappa et al. 2020; Tajvarpour & Pujari 2022) ja mainonnan tyyppillistä tuotekuvausta (Liu & Deng 2016: 189). Viimeikaiset koko maailmaa koskettavat kriisit, koronapandemia ja Ukrainan sota, ovat tuoneet esiin joukkorahoituksen tärkeyden.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, millaisesta toiminnasta yritysten joukkorahoituskampanjoissa on kyse genrejen näkökulmasta. Genre ymmärretään tutkimuksessa sosiaalisen toiminnan malliksi, jolla on tiettyjä viestinnällisiä tavoitteita (ks. Miller 1984). Tutkimusaineisto koostuu 67:stä verkon menestyneestä joukkorahoituskampanjasta, joissa on mukana kirjoitetun kampanjatekstin lisäksi kuva- ja videomateriaalia. Aineistosta 27 ukrainalaisten yritysten hakemusta on kerätty Kickstarter-sivustolta, ja näissä korostuu rahoituksen tarve sodan aikana. Loput 40 hakemusta koskevat koronapandemiaa, ja niistä 20, lähinnä yhdysvaltaisten yritysten hakemusta, on kerätty Indiegogo-sivustolta, ja 20 suomalaisen yritysten hakemusta Mesenaatti-sivustolta. Lähtökohtaisesti joukkorahoituskampanjat edustavat genrehybrideitä, joissa sekä formaalit että informaalit sisällöt ovat läsnä (Perez-Llantada 2021: 91). Rahoituksen hakeminen on promotionaalinen genre, josta on jo ennen verkon joukkorahoitusaikea tunnistettu mainonnan tyyppillisiä piirteitä (Bhatia 1998).

Tutkimuksessa joukkorahoituskampanjoita lähestytäänkin genrehybrideinä eli useiden genrejen yhdistelminä ja sekoituksina. Kiinnostavan lisäulottuvuuden tutkimukseen tuovat kansalliset ja yhteiskunnalliset kriisit: ihmillinen hätä saa yritykset myös vetoamaan rahoittajien tunteisiin. Tutkimusmenetelmänä käytetään genreanalyysiä, ja kampanjoista etsitään erilaisille genreille kuuluvia merkityksiä. Joukkorahoituksista löytyi yhteensä yhdeksän genreä: mainos, tuoteavustelu, yritysnarratiivi, historiallinen narratiivi, yhteiskunnallinen kannanotto, toimintasuunnitelma, riskienhallintasuunnitelma, sopimus- ja tilausehdot ja käyttöohje. Tulosten perusteella voidaan todeta, että menestyneet joukkorahoituskampanjat sisältävät erityisesti yritysnarratiiveja (100 %), mainoksia (98,5 %), sopimus- ja tilausehtoja (74,6 %), toimintasuunnitelia (71,6 %) ja yhteiskunnallisia kannanottoja (44,8 %). Yritysnarratiiveilla, mainonnalla, sopimus- ja tilausohdoilla sekä yhteiskunnallisilla kannanotoilla vedotaan erityisesti tavallisiin kuluttajiin, kun taas toimintasuunnitelmaa tarvitaan isompien rahoittajien houkuttelemiseksi.

Avainsanat: joukkorahoitus, genre, genrehybrid, organisaatioviestintä, yritysviestintä

Lähteet

- Bhatia, Vijay K. (1998). Generic patterns in fundraising discourse. *New Directions for Philanthropic Fundraising* 22, 95–110.
- Cappa, Francesco, Michele Pinelli, Riccardo Maiolini, Maria Isabella Leone (2020). "Pledge" me your ears! The role of narratives and narrator experience in explaining crowdfunding success. *Small Bus Econ* (2021) 57: 953–973.
- Liu, Jing & Deng, Liming (2016). A genre-analysis of web-based crowdfunding discourse. *The Asian ESP Journal* 12: 2, 171-202.

- Miller, Carolyn R. (1984). Genre as social action. *Quarterly Journal of Speech* 70: 151–167.
- Palmieri, Rudi, Chiara Mercuri & Sabrina Mazzali-Lurati (2021). Persuasive Reasons in Crowdfunding Campaigns: Comparing Argumentative Strategies in Successful and Unsuccessful Projects on Kickstarter. *International Journal of Strategic Communication* 16: 2, 332-355.
- Pérez-Llantada, Carmen (2021). Grammar features and discourse style in digital genres: The case of science-focused crowdfunding projects. *Revista Signos* 54: 105, 73-96.
- Tajvarpour, Mohammed H. & Pujari, Devashish (2022). The influence of narrative description on the success of crowdfunding campaigns: The moderating role of quality signals. *Journal of Business Research* 149, 123-138.

Mot en hållbar utveckling för meningsfull användning av flera språk nationellt? Ungas uppfattningar om möjligheter till språkval vid kommunikation i Finland och Sverige

Sanna Heittola^a & Siv Björklund

^a Helsingfors universitet

^b Åbo Akademi

Unga i dag växer upp i samhället där nya migrantspråk blir allt mer synliga inslag. I projektet MinUng (2022) undersöks hur ungdomar upplever denna flerspråkiga vändning (multilingual turn, se May, 2019) och hur kontextuella faktorer eventuellt inverkar på deras syn om hur meningsfull en användning av flera språk är. Projektet har ett komparativt upplägg där ungdomar från Finland och Sverige deltar och de representerar dels majoritetsspråket i respektive land, dels etablerade språk i minoritetsställning (svenska, finska och samiska) i båda länderna. Genom jämförelserna strävar projektet efter att belysa faktorer som konstaterats vara centrala för forskningsfältet såsom hur etablerade och nya minoritetsspråk samexisterar (Medda-Windischer, Ricucci & Cisilino, 2016), hur minoritetsunga ser på flerspråkighet i ljuset av nationell språkpolicy (Wyman, McCarty & Nicholas, 2013) och vilka omständigheter som leder till hur enskilda minoritetsspråk bemöts (Stavans & Hoffmann, 2015).

I vår presentation är fokus på meningsfull kommunikation och språkval på en nationell nivå. I presentationen används data från en elektronisk enkät som besvarats av 194 unga i Finland och Sverige. De flesta respondenterna (78,8 %) var 16–18 år gamla. Enkätens syfte var att få en bred uppfattning om hur svensk-, finsk- och samiskspråkiga ungdomar positionerar sig själva som språkanvändare och språkgruppstillhörig i relation till övriga språk. I enkäten finns frågor och påståenden (N=54) med både färdiga svarsalternativ och öppna frågor. Påståendena i enkäten är av likertyp och innehåller fem svarsalternativ. Vi presenterar fyra påståenden som handlar om meningsfull kommunikation och användningen av majoritetsspråk visavi eget språk på nationell nivå och diskuterar även respondenternas kommentarer till påståendena. För den kvantitativa analysen används Mann-Whitney U-test och för kategoriseringen av respondenternas kommentarer tematisk innehållsanalys.

Referenser

- May, S. (2019). Negotiating the Multilingual Turn in SLA. *Modern Language Journal* 103(Supplement 2016), 122-129.
- Medda-Windischer, R., Ricucci, R. & Cisilino, W. (2016). Editorial: Special issue on protecting and including 'new' and 'old' minorities. *Migration letters* 13:2, 175–177.
- MinUng (2022). Minoritetsunga, projektpresentation. Tillgänglig på: <https://blogs2.abo.fi/minung>.
- Stavans, A. & Hoffmann, C. (2015). Old and new linguistic minorities. In A. Stavans & C. Hoffman (Eds), *Multilingualism. Key topics in sociolinguistics*, 63–92. Cambridge University Press.
- Wyman, L., McCarty, T. & Nicholas, S. (Eds) (2013). *Indigenous Youth and Multilingualism. Language Identity, Ideology, and Practice in Dynamic Cultural Worlds*. Taylor & Francis.

Flerspråkig pedagogik i andraspråksklassrummet

Sanna Heittola^a, Sofie Henricson^b & Siv Björklund^c

^a Helsingfors universitet

^b Helsingfors universitet

^c Åbo Akademi

Ett sätt att främja meningsfull kommunikation i språkundervisning är att på ett medvetet och strategiskt sätt använda flerspråkighet som en resurs i klassrummet, bl.a. eftersom forskning och teoribildning visar att det främjar social rätvisa genom att signalera att alla språk har lika värde samt stärker elevernas språkliga självförtroende och deras flerspråkiga identitet (t.ex. Cummins 2007, Svensson 2017). För att kunna kommunicera meningsfullt utifrån en flerspråkig pedagogisk strategi behöver läraren känna till elevernas språkbakgrund och anpassa undervisningen enligt deras språkkunskaper. Lärarens syn på flerspråkighet har därmed stor relevans för hur olika språk utnyttjas i svenskundervisningen.

I vårt föredrag har vi fokus på språken i klassrummet. Vi undersöker språklig mångfald, språkkunskaper och flerspråkighet i svenskundervisningen i en grundskolekontext. Analysen är baserad på intervjuer med 14 lärare i B-svenska, A-svenska, modersmålsinriktad svenska och språkbad. Vårt syfte är att analysera om svensklärarna ser flerspråkighet i svenskundervisningen som problem, rättighet eller resurs (Ruiz 1984) genom att besvara följande frågor:

- Känner lärarna till vilka språkkunskaper det finns i klassrummet?
- Använder lärarna elevernas flerspråkighet som en pedagogisk resurs i klassrummet?
- Finns det skillnader i inställningen till flerspråkig pedagogik mellan lärare som undervisar i olika lärokurser?
- Vilka språk används av svensklärarna och av eleverna i klassrummet och i vilka sammanhang?

Lärarna skapar sin egen språkpolicy genom att göra språkliga val i klassrummet. Även om varje svensklärare undervisar i läroämnet svenska kan de ha mycket olika policy när det gäller språkval, språkbyte och flerspråkighet i klassrummet. Den policy som svensklärarna skapar i klassrummet kan tolkas genom Bonacina-Pughs resonemang (2012), där Spolskys språkpolicy tillämpas för att analysera lärarnas praktiserade språkpolicy (eng. *practiced language policy*) i en klassrumskontext. Studien ingår i forskningsprojektet Äiru 1.0, som finansieras av Svenska kulturfonden.

Referenser

- Bonacina-Pugh, F. (2012). Researching 'practiced language policies': Insights from Conversation Analysis. *Language Policy* 11: 213–234.
- Cummins, J. (2007). Rethinking monolingual instructional strategies in multilingual classrooms. *Canadian Journal of Applied Linguistics*, 10(2), 221-240.
- Ruiz, R. (1984). Orientations in language planning. *NABE Journal* 8: 13–54.
- Svensson, G. (2017). *Transspråkande i praktik och teori*. Stockholm: Natur och kultur.

Tekstipajatyöskentely kirjoittajien vertaistuen foorumina

Jutta Helenius^a

^aTampereen yliopisto

Tarkastelen esitelmässäni tekstipajatyöskentelyä kirjoittajien vertaistuen foorumina. Syvemmyn siihen, millainen vertaistuen foorumi työskentelystä muodostuu ja millaista palautetta opiskelijat ovat antaneet tekstipajatyöskentelystä. Käsittelem kirjoittajien vertaistukea myös pedagogisesta näkökulmasta.

Esitelmän taustalla on Tampereen yliopiston Kielikeskuksessa toteutettu Tekstipaja-opintojakso (2 op) syksyllä 2022. Tekstipaja on luonteeltaan valinnainen, opinnäytteen kirjoittamista tukeva opintojakso. Opintojakson osallistuvat opiskelijat työstävät joko kandidaatintyötään tai pro gradu -työtään. Esitelmä perustuu 18 opiskelijan antamaan palautteeseen Tekstipajan aikana sekä omiin viikoittaisiin opetusmuistiinpanoihini Tekstipajan toteutuksen yhteydessä.

Opiskelijoiden keskinäinen vertaistuki voidaan nähdä sekä epävirallisena että virallisena, laitos-ten opetuksen kytketyvänä toimintana. Lisäksi vertaistuki on tunnistettu merkittäväksi opiskelun voimavaraksi. (Vehviläinen, Heikkilä, Mikkonen & Nieminen 2009: 329.) Vertaistuki voi liittyä niin opintojakson tehtäviin kuin opiskelun emotionaaliseenkin näkökulmaan. Jotta vertaistuen syntyminen on mahdollista, ryhmässä täytyy olla turvallinen ja myönteinen oppimisilma- piiri (tästä esim. Numminen & Talvio 2009: 126).

Kirjoittamista voidaan tarkastella Roz Ivaničin (2004: 225) mukaan mm. sosiaalisena toimintana, joka on tavoitteellista ja joka tapahtuu tietystä sosiaalisessa yhteisössä. On sen vuoksi hyvin luontevaa, että opinnäytteen kaltaisen laajan ja vaativan tekstin kirjoittamisessa hyödynnetään vertaiskirjoittajista muodostettavaa sosialista yhteisöä. Foorumin tarjoaminen vertaistuelle ja vertaistuen hyödyntäminen tukee ja vahvistaa myös kirjoittajien toimijuutta (mm. Bandura 2006: 164–165).

Avainsanat: kirjoitusprosessi, opinnäyte, vertaistuki

Lähteet

- Bandura, Albert 2006: Towards a psychology of human agency. *Perspectives on Psychological Science* 1 (12), 164–180. Saatavilla osoitteesta <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1111/j.1745-6916.2006.00011.x>. Viitattu 31.11.2022.
- Ivanič, Roz 2010: Discourses of writing and learning to write. *Language and Education* 18 (3). S. 220–245. <https://doi.org/10.1080/09500780408666877>
- Numminen, Ava & Talvio, Markus 2009: Hyvä oppimisilmapiiri ja opiskelijan kohtaaminen. Teoksessa Sari Lindblom-Yläne & Anne Nevgi (toim.). *Yliopisto-opettajan käsikirja*. Helsinki: WSOYPro. S. 123–136.
- Vehviläinen, Sanna, Heikkilä, Annamari, Mikkonen, Johanna & Nieminen, Juha 2009: Ohjaus yliopistossa. Teoksessa Sari Lindblom-Yläne & Anne Nevgi (toim.). *Yliopisto-opettajan käsikirja*. Helsinki: WSOYPro. S. 320–333.

Constructing Futures in Crowdfunding Discourse

Heidi Hirsto^a

^a University of Vaasa

Recent studies in organizational communication have stressed how organizational communication is not only about reporting the past but also about performing the present and the future. Temporal dynamics have been studied in the contexts of CSR communication (Schoeneborn et al., 2020), strategy work (Schultz & Hernes, 2019), and investor relations (Brochet et al., 2015). Another context in which the discursive construction of futures may be argued to play a central role, is acquisition of corporate funding.

The aim of this study is to increase understanding of the performative nature of funding discourse through a study of crowdfunding calls. Crowdfunding is connected with potential futures in a very concrete manner. It invites people to take part in fundraising to help start or continue projects that bring something into being – a t-shirt, a documentary film, a vegan cafeteria (Belleflamme et al., 2014). In addition, crowdfunding may create a possibility of future (monetary) return. While the field of crowdfunding is professionalizing, it may still be considered non-institutionalized and diverse, with firms' funding pitches competing with a variety of calls for creative, humanitarian, and social projects. Crowdfunding platforms thus offer a fruitful site for studying discursive constructions of future, which may become performative when subsumed with the interests, identities and actions of audiences responding to the call.

The empirical material consists of funding calls on the crowdfunding platform Invesdor. The calls represent stock-based or "equity" crowdfunding, which may be expected to carry traces of both traditional investment discourse and the participatory origins of crowdsourcing. Empirically, we analyze crowdfunding calls as texts that invite participants to donate or invest money with a promise of something of value in return. The focus of discourse-analytical investigation lies on the meanings of the value offered (e.g., material/symbolic; individual/collective), and on its temporal dimension (e.g., instant/future; periodic/continuous).

References

- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585–609. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.07.003>
- Brochet, F., Loumioti, M., & Serafeim, G. (2015). Speaking of the short-term: Disclosure horizon and managerial myopia. *Review of Accounting Studies*, 20(3), 1122-1163.
- Schoeneborn, D., Morsing, M., & Crane, A. (2020). Formative perspectives on the relation between CSR communication and CSR practices: Pathways for walking, talking, and t(walking). *Business & Society*, 59(1), 5-33.
- Schultz, M., & Hernes, T. (2020). Temporal interplay between strategy and identity: Punctuated, subsumed, and sustained modes. *Strategic Organization*, 18(1), 106-135.

Käyttäjäkeskeisyys ja osallisuus sosiaalialan sarjakuva-asiakirjoissa

Mira Kainulainen^a

^aTampereen yliopisto

Sektioesitelmässäni esittelen tutkimusta, josta kirjoitan väitöskirjani ensimmäisen artikkelin. Esitelmässäni kerron tutkimuksestani ja sen siihenastisista tuloksista sekä esittelen tutkimusaihetani ylipäättäään.

Aloitin tammikuussa 2023 monitieteisen väitöskirjani tekemisen Tampereen yliopiston Sarjis-tutkimusryhmässä, joka tutkii sarjakuva-asiakirjoja saavutettavuuden ja sosiaalisen oikeuden-mukaisuuden edistämisen välineenä. *Sarjakuva-asiakirja* tarkoittaa tekstimuotoisesta asiakir-jasta tehtyä sarjakuvaversiota, esimerkiksi sopimusta, jossa osapuolet on kuvattu sarjakuvhah-moina (Haapio, Plewe & de Rooy 2017, 6). Etenkin Suomessa sarjakuva-asiakirjoja on tutkittu vielä varsin vähän, mutta tähän mennessä tutkimustulokset viittaavat yksiselitteisesti siihen, että sarjakuva-asiakirjojen käyttö voi helpottaa asiakirjojen ymmärtämistä ja siten tukea käyttä-jien itsenäisyyttä ja yhteiskunnallista osallisuutta (esim. Haapio ym. 2016 ja 2017).

Käännöstieteilijänä tutkin sarjakuva-asiakirjoja intersemioottisen eli merkkijärjestelmien välisen kääntämisen näkökulmasta. Väitöskirjani teoreettisena ytinenä on funktionaalinen käännös-teoria, jonka mukaan kaikkea käännöstyötä määrittää käännöksen *funktio* (Reiss & Vermeer 2013, 90). Käsite viittaa tekstin viestinnälliseen tehtävään tai tehtäviin (Nord 2018, 27). Muita tärkeitä käsitteitä ovat *käyttäjäkeskeisyys* ja *osallisuus*. *Käyttäjäkeskeisyydellä* tarkoitan asen-noitumista, jossa tekstin käyttäjä on käännösprosessissa ensisijaisena huomion kohteena (Suojanen, Koskinen ja Tuominen 2012, 8). Tämä asennoituminen on myös osa funktionaalista kääntämistä. Tutkimuksessani käyttäjäkeskeisyyden rooli on lisätä tekstin käyttäjien *osallisuutta* eli mahdollisuksia säädellä omia tarpeitaan ja resurssejaan, kuten päätösaltaa siitä, mihin toimin-taan tai palveluun he osallistuvat (Isola ym. 2020, 167, 174).

Esittelemani tutkimusartikkelin työntimi on *Tekstistä sarjakuvaksi: Käyttäjäkeskeisyys, saavutet-tavuus ja osallisuus sosiaalialan sarjakuva-asiakirjoissa*. Tutkimuksessa tarkastelen sosiaalihuol-lon sarjakuva-asiakirja nimeltä *Valvotun tapaamisen säännöt* ja sen lähdetekstejä intersemi-oottisen ja funktionaalisen käännösprosessin näkökulmasta. Funktionaalisen tekstianalyysin avulla pyrin selvittämään, miten käyttäjäkeskeisyys ja pyrkimys osallisuuden lisäämiseen näky-vät sarjakuva-asiakirjassa ja miten se eroaa näiltä osin lähdeteksteistään. Analysoin lähde- ja kohdetekstit erikseen ja vertaan sitten analyysien tuloksia keskenään. Kiinnitan analyysissä huo-miota multimodaaliuuteen ja sisällölliisiin ratkaisuihin. Tutkimuskysymykset ovat: (1) Mitkä sar-jakuva-asiakirjan funktiot ovat? (2) Miten käyttäjäkeskeisyys, saavutettavuus ja pyrkimys osalli-suuden lisäämiseen näkyvät sarjakuva-asiakirjassa? (3) Miten sarjakuva-asiakirja eroaa lähde-teksteistään käyttäjäkeskeisyyden, saavutettavuuden ja osallisuuden lisäämisen pyrkimyksen osalta?

Lähteet

- Haapio, H., Plewe, D. A. & de Rooy, R. (2017). Contract continuum: From text to images, comics and code. Teoksessa Erich Schweighofer (toim.), *Trends and communities of legal informatics: Proceedings of the 20th International legal informatics symposium IRIS 2017*. Wien: Österreichische Computer Gesellschaft, 411–418.
- Haapio, H., Plewe, D. A. & de Rooy, R. (2016). Next generation deal design: Comics and visual platforms for contract-ing. Teoksessa Erich Schweighofer, Franz Kummer, Walter Hötzendorfer & Georg Borges (toim.), *Networks: Proceedings of the 19th International legal informatics symposium IRIS 2016*. Wien: Österreichische Computer Gesellschaft, 373–380. Jusletter IT 25.2.2016. <https://ssrn.com/abstract=2747821> (5.12.2022)

- Isola, A.-M., Nousiainen, M. & Valtari, S. (2020). Osallisuustyö välineenä heikossa asemassa olevien vallan lisäämiseen. Teoksessa L. Suominen-Erhiö, A. Pohjola, M. Satka & J. Simola (toim.), *Sosiaaliala uudistuu. Tietopohjan ja vuorovaikutuksen kysymyksiä*. Huoltajasäätiö, 165–188. <https://www.huoltaja-saatio.fi/verkkojulkaisut/> (5.12.2022)
- Nord, C. (2018). *Translating as a purposeful activity: functional approaches explained*. 2. painos. Oxon/New York: Routledge.
- Reiss, K. & Vermeer, H. J. 2013 (1984). *Towards a general theory of translational action*. Kääntänyt Christiane Nord. Manchester: St. Jerome Publishing.
- Suojanen, T., Koskinen, K. & Tuominen, T. (2012). *Käyttäjäkeskeinen käänäminen*. Tampere Studies in Language, Translation and Literature B1. Tampere: Tampereen yliopisto. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-44-8839-9>.

Tieteen muuttuvat diskurssit Suomi24-keskustelupalstalla

Johanna Kalja-Voima^a, Vesa Jarva^b & Jenny Tarvainen^c

^a Jyväskylän yliopisto

^b Jyväskylän yliopisto

^c Jyväskylän yliopisto

Tutkimuksemme aiheena on tieteeseen liittyvien keskusteluaiheiden muuttuminen yhdellä Suomen suosituimmista keskustelupalstoista, Suomi24-keskustelupalstalla (City Digital Group, 2021). Tutkimuksemme tavoitteena on paljastaa ajan mittaan tapahtuvia muutoksia siinä, miten suomalaiset keskustelevat tieteestä.

Tutkimuksen menetelmänä on nykydiakroninen korpusavusteinen diskurssintutkimus (*modern diachronic corpus-assisted discourse studies*, MD-CADS) (Partington, 2010), jossa analysoidaan rinnakkaiskorpuksia nykyajan eri hetkistä ja jonka tavoitteena on kuvata sitä, miten kieli on muuttunut ja miten sosiaiset, kulttuuriset ja poliittiset tilanteet heijastuvat kielestä. (Partington, 2010: 83). Menetelmä perustuu sekä korpuslingvistiikkaan että diskurssianalyysiin ja yhdistää korpuslingvistiikan tekniikoita ja työkaluja laadullisiin metodeihin (Ancarino, 2020: 165, 173–174). Menetelmän mukaan kielenkäyttäjät tekevät vain osittain tietoisesti, "puoliautomaattisesti", rakenteellisia, semanttisia ja leksikaalisia kielessä valintoja ja ovat yleensä tietämättömiä, mitä merkityksiä heidän tekstinsä välittäävät. Yhdistämällä tilastolliset menetelmät ja korpukset laadulliseen diskurssianalyysiin, on mahdollista päästää käsiksi näihin huomaamattomiin merkityksiin (eng. *non-obvious meanings*). (Partington, 2010: 88–89.)

Aineistonamme on Suomi24-korpus, joka sisältää palstan kaikki keskustelut vuosilta 2001–2020 ja on kooltaan noin 4,5 miljardia sanetta ja 391 miljoonaa virkettä (City Digital Group, 2021). Tähän tutkimukseen prosessoimme koko aineistoa CSC:n laskentaympäristössä (ks. Kielipankki 2015–2021) ja kokosimme kaksoisosakorpusta, joissa käytimme hakusanana *tiede*-sanaa. Toinen korpus on koottu vuosilta 2004–2006 ja toinen vuosilta 2018–2020. MD-CADS-tutkimus etenee tyypillisesti makrotasolta mikrotasolle erilaisin vaihein, yhdistelmin ja painotuksin. Tässä tutkimuksessa toteutimme avainsana-analyysin, joka on usein MD-CADS-tutkimuksen ensimmäinen vaihe ja joka nostaa esiin tekstin keskeiset aiheet (eng. *aboutness*) korpusten välillä. (Ancarino, 2020.) Avainsana-analyysi on toteutettu WordSmith Tools -ohjelmalla (Scott, 2022). Molempien korpusten tilastollisesti merkitsevät avainsanat luokittelimme edelleen semantisesti diskursien mukaan.

MD-CADS:n menetelmin tieteeseen liittyviä diskursseja on tutkittu aiemmin brittiläisistä sano-malehtiutisista (Taylor, 2010), ei kuitenkaan verkkoviestinnästä eikä suomalaisessa kontekstissa. Esittemme analyysimme alustavat tulokset ja asetamme suuntaviivat jatkoanalyysille. Tulokset tarjoavat uuden näkökulman keskusteluun tieteen julkisesta ymmärryksestä ja asenteista tiedettä kohtaan. Tulokset voivat olla strategisesti hyödyllisiä kehitettäessä käytännön julkista tiedeviestintää.

Lähteet

- Ancarino, C. (2020). Corpus-Assisted Discourse Studies. Teoksessa A. De Fina & A. Georgakopoulou (toim.), *The Cambridge Handbook of Discourse Studies*, s. 165–185. Cambridge: Cambridge University Press.
- City Digital Group (2021). *Suomi24 virkkeet -korpus 2001-2020, Korp-versio* [tekstikorpus]. Kielipankki. Saatavilla <http://urn.fi/urn:nbn:fi:lb-2021101525>
- Kielipankki (2015–2021). <https://www.kielipankki.fi/tuki/laskentaymparisto/>
- Partington, A. (2010). Modern diachronic corpus-assisted discourse studies (MD-CADS) on UK newspapers: An overview of the project. *Corpora*, 5(2), 83–108.
- Scott, M. (2022). WordSmith Tools (version 8, 64 bit version). Stroud: Lexical Analysis Software.
- Taylor, C. (2010). Science in the news: a diachronic perspective. *Corpora*, 5(2), 221–250.

Meningsfull kommunikation – med eller utan språk Vårdarbetares kommunikativa kompetens i fokus

Marja Kivilehto^a

^aTammerfors universitet

Vårdkommunikation har studerats ur olika synvinklar. Det har tagits upp bland annat i samband med samtal (Bertils 2022), informationsförmedling (Wirdenäs & Kaufhold 2019) och rådgivning (Landqvist 2013) inom vård och omsorg. Det perspektiv som anlagts i mindre omfattning är vårdarbetarens kompetens i kommunikation. Med *kompetens i vårdkommunikation* menar jag dels den språkliga och kulturella kompetens som Törnquist (2004) anser tillhörå vårdarens personliga kompetenser, dels den medvetenhet om kommunikation som förespråkas av Vårdhandboken 2022.

Syftet med denna presentation är att ta fasta på hur vårdare bygger upp sin kommunikativa kompetens. I min presentation hävdar jag att vårdarbetare till stor del bygger upp sin kompetens i arbetslivet vid sidan av sina övriga arbetsuppgifter och att den formella utbildning i språk och kommunikation som vårdarbetare får har föga betydelse. Detta föranleder en fråga ifall ökad medvetenhet om kommunikativa praktiker på arbetsplatsen vore önskvärd. Som material använder jag sex intervjuer med åtta vårdarbetare. Materialet har samlats in hösten 2021 på ett svenska språkigt äldreboende i huvudstadsregionen och analyserats utifrån de diskurser som förekommer i intervjuerna.

Litteratur

- Bertils, K. (2022). *Feber i interaktion. Kropp, kunskap och legitimitet i svenska primärvårdssamtal*. Uppsala: Uppsala universitet.
- Gunnarsson, B.-L., Linell, P. & Nordberg, B. (2014). *The Construction of Professional Discourse*. London: Routledge.
- Landqvist, M. (2013). När det blir fel. Klagomål på samtal till sjukvårdsrådgivningen. *Folkmålsstudier* 51, 25–48.
- Törnquist, A. (2004). *Vad ska man kunna och hur ska man vara. En studie om enhetschefers och vårdbiträdens yrkeskompetens inom äldreomsorgens särskilda boendeformer*. Stockholm: Lärarhögskolan i Stockholm.
- Vårdhandboken (2022). Tillgänglig: <https://www.vardhandboken.se/> [20.10.2022].
- Wirdenäs, K. & Kaufhold, K. (2019). "Det funkar men det är på annorlunda sätt." Om att positionera sig som förmedlare av vårdinformation. Marco Bianchi m.fl. (red.) *Svenskans beskrivning* 36. Förfallningar vid trettiosjätte sammankomsten Uppsala 25–27 oktober 2017. 345–358.

Käännetty yritysviestintä kognitiivisena yhteistyönä

Annamari Korhonen^a

^aTampereen yliopisto

Yritysviestinnän käännöksissä merkitykset syntyvät ja muuttuvat usein kahden tekijän yhteistyönä. Etenkin julkistaviksi tarkoitettuja tekstejä työstää käändäjän lisäksi usein myös revisoija (ks. esim. Mossop 2014, Morin 2009, Robert & Van Vaes 2014, Korhonen 2021), joka tarkistaa käännöksen ja saattaa myös editoida sitä. Tarkastelen tätä kahden henkilön jaettua kognitiivista työtä (ks. Korhonen & Hirvonen 2021) prosessina, joka muotoutuu useiden projekt- ja yrityskohtaisten muuttujien sekä hinta- ja aikataulupaineiden vaikutukseen alaisena. Keskityn selvitämään kolmen projektikohtaisen muuttujan vaikutusta: 1) tekstilaji, 2) käändäjän kokemus ja osaaminen sekä 3) asiakkaan tarpeet ja toiveet. Nämä tekijät vaikuttavat ensinnäkin siihen, jetaanko työ kahdelle henkilölle vai tekeekö käändäjä sen yksin, ja toiseksi siihen, miten kognitiivinen työ jakautuu näiden kahden välillä.

Lähestyn työnjakoa revisoijan näkökulmasta. Tutkimuksen aineisto koostuu 20:stä käännösalan ammattilaisten asiantuntijahaastattelustasta, jotka olivat kestoltaan 41–87 minuuttia. Haastateltavana oli käännösalan päätoksentekijöitä ja käännösten revisoijia, tosin monissa tapauksissa sama henkilö toimi useissa eri rooleissa. Edustettuna oli kahdeksan Suomessa toimivaa kielipalveluyrystä; lisäksi kaksi haastateltavista oli itsenäisiä yrittäjiä.

Koska käännösten tuottamisen kognitiiviseen työnjakoon ja prosessiin vaikuttavia tekijöitä on paljon, voidaan vain harvoin erottaa selkeitä kausalisuhteita, joissa tietty muuttuja johtaisi tietyn työtavan valintaan. Lähes aina on kyse monitahoisesta vaikuttavien tekijöiden verkostosta. Käändäjän kokemus ja osaaminen näyttää kuitenkin vaikuttavan selkeimmin siihen, jaetaanko työ kahdelle henkilölle (käändäjä ja revisoija) vai huolehtiiko käändäjä siitä yksin. Tekstilaji ja asiakkaan tarpeet ja toiveet taas vaikuttavat voimakkaasti näiden kahden henkilön keskinäiseen työnjakoon. Työnjakoa olen tutkimuksessani operationalisinut viidellä eri akselilla, jotka ovat 1) revisointiparametrien (ks. Mossop 2014) painotus, 2) revisointikierrosten määrä, 3) täysi vs. osittainen revisointi, 4) yksikielinen vai kaksikielinen revisointi, ja 5) yksityiskohtaisuuden taso. Haastatteluissa näistä eniten huomiota saivat revisointiparametrit ja yksityiskohtaisuuden taso.

Lähteet

- Korhonen, A. (2021). From language check to creative editing: Exploring variation in the revision stage of the LSP workflow. Teoksessa *From language check to creative editing: Exploring variation in the revision stage of the LSP workflow*. Routledge.
- Korhonen, A. ja Hirvonen, M. (2021). Joint creative process in translation: Socially distributed cognition in two production contexts. *Cognitive Linguistic Studies*, 8(2), 251–276. <https://doi.org/10.1075/cogls.00078.kor>
- Morin, K. H. (2009). Pratiques et perceptions de la révision en France. *Traduire (Paris)*, 58–78. <https://doi.org/10.4000/traduire.368>
- Mossop, B. (2014). *Revising and editing for translators* (3rd edition.). Routledge.
- Robert, I. S. ja Van Waes, L. (2014). Selecting a Translation Revision Procedure: Do Common Sense and Statistics Agree? *Perspectives: studies in translatology*, 22(3), 304–320.
- Schnierer, M. (2019). *Qualitätssicherung*. Berlin: Frank & Timme.

"Asumisesta on tehty turhan monimutkaista": Kestävyyden ja asumisen väliset kohtaamispisteet mediateksteissä

Merja Koskela^a, Liisa Kääntä^b, Henna Syrjälä^c & Eveliina Salmela^d

^a Vaasan yliopisto

^b Vaasan yliopisto

^c Vaasan yliopisto

^d Vaasan yliopisto

Tämän esitelmän tavoitteena on selvittää, mihin erilaisiin teemoihin ja aihepiireihin kestävä ja vastuullinen asuminen yhdistetään journalistisessa mediassa ja sosialisessa mediassa. Kestävä ja vastuullinen asuminen ottaa huomioon niin sosiaaliset, ekologiset kuin taloudellisetkin näkökulmat. Esitelmän tarkoituksesta on kartoittaa yksilön ja yhteiskunnan kannalta merkityksellisiä konteksteja ja aihepiirejä, joissa asuminen ja kestävyys kohtaavat, ja tästä kautta hahmottaa, miten kestävä asuminen jäsentyy julkisessa puheessa. Tutkimuksen aineisto on kerätty DeCarbon Home -hankkeessa, jossa pyritään edistämään kestäviä ja oikeudenmukaisia asumisen ratkaisuja (Decarbon Home 2022). Hankkeessa keskitytään ilmastoviisaan asumisen käsittelyseen, jossa ilmastoviisaus ymmärretään yksilöiden, yhteisöjen ja yhteiskuntien kyvynä tehdä asumiseen, energian käyttöön, rakennusratkaisuihin ja yleensä kuluttamiseen liittyviä tulevaisuuteen suuntautuvia valintoja, jotka ovat ilmoston ja ympäristön kannalta edullisia.

Tutkimuksen aineisto on mittava, ja se kattaa vuodet 2010-2020. Siihen kuuluu erityyppisiä journalistisia julkaisuja ja niihin liitetyjä kommentteja sekä erilaisilta internetin keskustelu- ja muilta alustoilta poimittua aineistoa. Aineiston rajaus on tehty hankkeessa määriteltyjen hakusanojen ja niiden yhdistelmien perusteella (muun muassa asuminen, energia(remontti), hiilijalanjälki, hiilineutraali, ilmasto, lämmitys, päästöt, ympäristö). Tutkimuksen menetelmä perustuu Carvalhon (2000) mediatekstien diskurssianalyysin malliin, josta keskitymme pääasiassa ontologiseen taasoon eli teksteissä esiintyviin teemoihin (ks. myös Doulton & Brown 2009, 193).

Kestävän asumisen käsittely julkisessa puheessa on merkityksellistä viestintää, koska se miten asioita mediassa esitetään osaltaan muokkaa sitä, miten kansalaiset asiaasta ajattelevat ja sitä, miten he asiaan suhtautuvat (ks. esim. Carvalho, 2010, p. 172). Kestävää ja vastuullista asumista koskeva julkinen puhe voidaan tulkita laajemmin ympäristöviestinnäksi tai ilmastoviestinnäksi (ks. Kumpu 2021), mutta se saattaa olla ilmiönä monisyisempi tai se saatetaan tietoisesti esittää niin, että aihe puhuttelisi mahdollisimman monia kansalaisia.

Lähteet

- Carvalho, A. (2000). Discourse analysis and media texts: a critical reading of analytical tools. Paper presented at the International Conference on Logic and Methodology', RC 33 meeting (International Sociology Association), Köln, 3–6 October. https://www.researchgate.net/publication/288984827_Discourse_analysis_and_media_texts_a_critical_reading_of_analytical_tools
- Carvalho, A. (2010). Media(ted) discourses and climate change: A focus on political subjectivity and (dis)engagement. *WIREs Climate Change*, 1, 172–179.
- Doulton, H. & Brown, K. (2009). Ten years to prevent catastrophe? Discourses of climate change and international development in the UK press. *Global Environmental Change*, 19(2), 191–202. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2008.10.004>
- Kumpu, V. (2021). Ilmastoviestintä ekologisena kommunikaationa: Ratkaisukeskeinen ilmastoviestinnän tutkimus ja yhteiskuntateoria. *Media & viestintä*, 44(1), 138-157. <https://doi.org/10.23983/mv.107304>

Ventrilokvistinen näkökulma digitaaliin alustoihin organisaatioissa

Tomi Laapotti^a & Mitra Raappana^b

^a Vaasan yliopisto

^b Jyväskylän yliopisto

Teknologioihin keskittyvissä organisaatioviestinnän tutkimuksissa on tarkasteltu ensisijaisesti erilaisten viestintäteknioiden käytämistä. Jokapäiväisessä käytössä on kuitenkin monenlaisia digitaalisia teknologioita, joiden rooli osana organisaatioiden viestinnällistä rakentumista on merkityksellinen. Näiden teknologioiden materialisoitumista tulisi tarkastella osana organisoitumista ja myös ihmisten väliseen kasvokkaisvuorovaikutukseen keskittyen. Tämän tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää digitaalisten alustojen materialisoitumista osana organisaation viestinnällistä ylläpitämistä ja muodostumista. Tavoitteeseen pyritään keskittymällä siihen, miten erilaiset digitaaliset alustat viestivät ihmisten (tai muiden toimijoiden) kautta ja toisaalta, miten ihmiset (tai muut toimijat) viestivät erilaisten digitaalisten alustojen kautta. Huomio on siten esimerkiksi vuorovaikutustilanteissa, joissa keskustellaan tietystä digitaalisen alustasta, tai joissa tietty digitaalinen alusta muuten tehdään relevantiksi.

Tutkimuksen teoreettisena viitekehysenä toimii CCO-näkökulman Montrealin koulukunnan ja erityisesti François Coorenin (esim. 2018, 2020) relationalinen lähestymistapa sosiomateriaali-suuteen ja toimijuteen. Coorenin mukaan kaikki oleva on samanaikaisesti sekä sosiaalista että materiaalista ja organisoitumisen tarkastelu tulee kohdentaa olevuuksien materialisoitumisen prosesseihin. Materialisoituminen vaatii toimintaa: toimijuus on relationalista ja tapahtuu aina jonkin tai jonkin kautta, kanssa ja jotakin tai jotakuta varten. Nämä ollen digitaalisten alustojen voidaan nähdä materialisoituvan ja viestivän esimerkiksi ihmisen kautta, kanssa ja tästä varten.

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan digitaalisten alustojen materialisoitumisprosesseja yhteistyötiloja tarjoavassa organisaatiossa. Tutkimuksen aineistonä on yhteistyötiloja tarjoavasta yrityksestä kerättyä havainnointi- ja haastatteluaineistoa. Havainnointiaineisto on sekä tallennettuja muodollisia ja epämuodollisia tapaamisia että etnografiseen varjostamiseen perustuvia kenttämuistiinpanoja. Haastattelut kohdistuvat yhteistyötiloja tarjoavan yrityksen työntekijöihin. Aineiston analyysi toteutettiin ventrilokvistisena analyysina, jossa tarkastellaan keskustelussa esiintyviä toimijuuksia ja näiden merkityksiä.

Alustavat tulokset viittaavat digitaalisten alustojen määrittävän organisoitumiselle rajoja. Tämä tapahtuu alustojen inklusiivisten ja eksklusiivisten ominaisuuksien tai käyttötapojen kautta. Lisäksi digitaaliset teknologiat luovat rajoja toiminnalle rajallisten ja määritetyjen ominaisuuksien vuoksi. Alustolle puhutaan toimivaltaa, mutta niillä myös tuetaan ihmisten toimivaltaa. Digitaaliset alustat materialisoituvat ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa, ja näin ollen osallisuutuvat organisaation viestinnälliseen konstituoitumiseen, myös silloin kun näitä alustojen ei käytetä.

Kirjallisuus

- Cooren F. (2018). Acting for, with, and through: A relational perspective on agency in MSF's organizing. In Brummans B. H. J. M. (Ed.), *The agency of organizing. Perspectives and case studies* (pp. 142–169). Routledge.
Cooren F. (2020). Beyond entanglement: (Socio-)materiality and organization studies. *Organization Theory*, 1(3), 1–24. <https://doi.org/10.1177/2631787720954444>

Vuorovaikutusta rakentavia ja evaluoivia merkityksiä kielväissä rekrytointivastauksissa

Esa Laihanen^a

^a LAB-ammattikorkeakoulun ja LUT-yliopiston yhteinen kielikeskus

Kielväät rekrytointivastaukset eli hylkäyskirjeet työnhakijoille rakentavat osaltaan organisaation brändiä ja työnantajakuvaaa. Ne myös vaikuttavat hakijoihin: hylkäyskirjeiden perusteella hakijalle syntyy käsitys organisaatiosta, päätös mahdollisesta uudelleenhakemisesta ja siitä, suositellako organisaatiota muille hakijoille. (Jablin & Krone 1984; Cortini, Galanti & Barattucci 2019; Thominet 2020.) Hylkäyskirjeiden vuorovaikutuksen toimivuuteen ja laatuun onkin syytä kiinnittää organisaatioissa ja työelämätekstien opetuksessa huomiota.

Kielvään vastauksen antaminen on kasvoja uhkaava tekstitilanne (kasvoista ks. Brown & Levinson 1987; Keckman 2017). Kielväät rekrytointivastaukset välittävät työnhakijalle tiedon rekrytointiprosessin päättymisestä ja hakijan valitsematta jättämisestä. Tämän informatiivisen funktionsa lisäksi hylkäyskirjeillä on suhdetoiminnallinen tehtävä: kielvä rekrytointipäätös saateaan tiedoksi hyväntahtoisutta (engl. goodwill) korostamalla sekä minimoimalla ja lieventämällä vastaanottajan kasvoja uhkaavaa torjunta-aktia (Thominet 2020: 6–7).

Kaikki tekstit ja niihin sisältyvät kielenkäytölliset valinnat ovat dialogisia eli käyvät keskustelua aiempien ja tulevien tekstien sekä yleisöjen kanssa. Teksteissä ennakoitaan ja otetaan huomioon vastaanottajan oletettuja reaktioita. (Vološinov 1990 [1929]; Martin & White 2005, 92.) Tekstiin ja sen sisältämiin kielellisiin valintoihin kirjoittuu kielenkäytön interpersoonaisen metafunktion tasolla sekä evaluoivia asennemerkityksiä että vuorovaikutusta rakentavia kanssakäymismerkityksiä (Halliday 1994 [1985]; Shore 1992: 36).

Esityksessäni tarkastelen kielväin rekrytointivastauksiin kirjoittuvia interpersoonaisia merkityksiä. Merkitysten analyysissä hyödynnän Martinin ja Whiten (2005) kehittämää suhtautumisen (engl. appraisal) teoriaa, jossa arvottavat asennemerkitykset luokitellaan tunnearvottamiseen (engl. affect), ihmistä ja ihmillisistä toimintaa koskevaan ihmisarvottamiseen (engl. judgement) sekä asioita arvottavaan asia-arvottamiseen (engl. appreciation). Aineistoni koostuu tuotantotalouden yliopisto-opiskelijoiden työelämäviestinnän opintojaksoilla kirjoittamista sekä aitojen yritysten kielväistä rekrytointivastauksista. Esitykseni vastaa seuraaviin kysymyksiin: Millaisia evaluoivia merkityksiä hylkäyskirjeisiin rakentuu? Mihin evaluointi kohdistuu, ja millaisin kielellisin valinnoin sitä teksteissä ilmaistaan? Millaisia mahdollisia eroja tai yhtäläisyksiä on havaittavissa opiskelijoiden ja aitojen yritysten hylkäyskirjeiden interpersoonaisissa valinnoissa? Mitä päätelmiä tuloksista voi tehdä? Miten ja mihin tutkimuksen tuottamaa tietoa voi soveltaa?

Lähteet

- Brown, P. & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cortini, M., Galanti, T., & Barattucci, M. (2019). The effect of different rejection letters on applicants' reactions. *Behavioral sciences*, 9(10), 102. Saatavilla: <https://doi.org/10.3390-bs9100102> (lainattu 10.12.2022).
- Halliday, M.A.K. (1994) [1985]. *An Introduction to Functional Grammar* (2. painos). Lontoo: Arnold.
- Jablin, F. M. & Krone, K. J. (1984). Characteristics of rejection letters and their effects on job applicants. *Written Communication* 1(4), 387–406.
- Keckman, E. (2017). Hylkäyskirje tekstilajina työnhauan diskurssissa. Pro gradu -tutkielma. Suomen kielen, suomalaisugrilaisien ja pohjoismaisten kielten ja kirjallisuuksien laitos. Helsingin yliopisto.
- Martin, J. & White, P. (2005). *The language of evaluation. Appraisal in English*. Basingstoke: Palgrave: Macmillan.
- Shore, S. (1992). *Aspects of systemic-functional grammar of Finnish*. Julkaisematon väitöskirja. Macquarie University, Sydney. Säilytteillä Helsingin yliopiston suomen kielen laitoksella.

- Thominet, L. (2020). We've Selected a Candidate Who More Closely Fits Our Current Needs: A Genre Analysis of Academic Job-Refusal Letters. *Journal of Business and Technical Communication* 2020, Vol. 34(1), 3–37.
- Vološinov, V. (1990) [1929]. *Kielen dialogisuus*. Venäjänkielisestä alkuteoksesta Marksizm i filosofija jazyka suomen-tanut Tapani Laine. Tampere: Vastapaino.

Är handboken hundägarens bästa vän? Organisering, sökmöjligheter och läsvägar i två artonhundratalsböcker

Hans Landqvist^a

^a Göteborgs universitet

Hunden är ett av människans äldsta nytto- och sällskapsdjur och har uppmärksammats utifrån olika perspektiv. Några exempel är Reitersjö (2003), "en svensk kynologisk bibliografi 1500–2000", Joshi (2014) om "the life and materiality of dogs in Stockholm 1824–1920" (Joshi 2014, abstract) samt bidragen i Gräslund & Svanberg (2014) på temat "[f]rån renhållningshjon till modeaccessoar". Däremot är de språkvetenskapliga undersökningarna få (se dock Johansson (1992) och Leibring (2014)).

Tidigare språkvetenskapliga studier av praktiska handböcker och instruerande prosa på svenska har särskilt ägnats matrecept och husliga handböcker. Även soldathandböcker och texter om jordbruk har uppmärksammats. (Nord 2008) Andra studier gäller handböcker i folklig läkekonst, trädgårdshandböcker samt juridiska handböcker (Santesson 1988; Nord 2008; Landqvist 2010; Landqvist & Rogström 2016). Men just handböcker för hundägare har ägnats få studier (jfr dock Sturesson 2010).

I denna komparativa pilotstudie klärlägger jag därför hur de anonyma författarna bakom Nödiga Underrättelser för Hundvänner [...] (1823) och Hund-läkaren eller Handbok för Wänner och Åls-kare af Hundar [...] (1849) organiserar den kunskap som de vill att deras läsare ska kunna ta del av, visar läsarna olika möjligheter att söka fram önskad information samt erbjuder sina läsare olika läsvägar inom handböckerna. Med sådana medel vill handboksförfattarna kommunicera sina budskap på ett sätt som gör att läsarna upplever handböckernas innehåll som meningsfullt. Som teoretisk-metodisk utgångspunkt används främst Nord (2008). Resultaten av undersökningen jämförs med i första hand Dirke (2014) och Thorman (2014).

Referenser

- Dirke, K. (2014). Från bruksdjur till livskamrat. Hundens 1900-talshistoria speglad i hundlitteraturen. I: Gräslund, Anne-Sofie & Ingvar Svanberg (utg.), 139–151.
- Gräslund, A.-S. & Svanberg, I. (utg.) (2014). Från renhållningshjon till modeaccessoar. 10 000 år av relationer mänska-hund i Sverige. Föredrag vid ett symposium i Uppsala 15 februari 2013. Acta Academiæ Regiæ Gustavi Adolphi CXXXIII. Uppsala: Kungl. Gustav Adolfs Akademien för svensk folkkultur. Tillgänglig 20 november 2022 på adressen <https://kgaa.bokorder.se/sv-se/article/3005/fran-renhallningshjon-till-modeaccessoar>
- Hund-läkaren eller Handbok för wänner och Åls-kare af Hundar. Innehållande tillförlitliga, ur de mest godkända arbeten hemtade, underrättelser om hundars uppfödande och vård samt botandet af de dem wanlien påkommande sjukdomar. (1849). Linköping: A.[xel] Petré & Son. Tillgänglig 20 november 2022 på adressen <https://libris.kb.se/bib/19235166>
- Johansson, M. (1992). Här ligger kanske en hund begraven. I: Till Rune från oss. En liten hälsning från några vänner och kollegor vid institutionen för svenska språket i juni 1992, 68–74. Red. Roger Källström & Bo Ralph. Göteborg: Göteborgs universitet, Institutionen för svenska språket.
- Joshi, M. (2014). Multispecies Urban Space and History. Dogs and Other Nonhuman Animals in 19th Century Stockholm. Master's thesis in Global Environmental History. Uppsala: Uppsala universitet, Department of Archaeology and Ancient History. Tillgänglig 20 november 2022 på adressen <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:860706/FULLTEXT01.pdf>
- Landqvist, H. (2010). Fackmännen, lekmännen och juridiken: några aspekter på juridiska handböcker för lekmän. I: Kieli ja tunteet. VAKKI-symposiumi XXX, 165–175. Toim. Niina Nissilä & Nestori Siponkoski. VAKKI:n julkaisut 37. Vaasa: Vaasan yliopisto. Tillgänglig 20 november 2022 på adressen http://www.vakki.net/publications/no37_eng.html

- Landqvist, H. & Rogström, L. (2016). Kunskapsorganisation, materialitet, sökbarhet och erbjuden läsväg i OBSERVATIONES JURIS PRACTICÆ (1674) och Then Swenska Lagfarenheetz Spegel (1676). Tillgänglig 20 november 2022 på adressen <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/50631>
- Leibring, K. (2014). Från Trogen till Tyson. Hundnamn i förändring. I: Gräslund, Anne-Sofie & Ingvar Svanberg (utg.), 121–138.
- Nord, A. (2008). Trädgårdsboken som text 1643–2005. Acta Universitatis Stockholmiensis. Stockholm Studies in Scandinavian Philology. New Series 47. Stockholm: Almqvist & Wiksell. Tillgänglig 20 november 2022 på adressen <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A200095&dswid=1563>
- Nödiga Underrättelser för Hundwänner. 1) Europeiska hundars olika arter och artförändringar, sättet att uppföda dem, deras egenskaper och behandling; 2) alla sjukdomar, för hvilka hundar äro blottställda, jemte bepröfwade medel både att förekomma och bota dessa.[sic.] 3) De första kännetecken af deras galenskap; 4) att dressera hundar så, att de kunna uppstå en tjuf med det stulna godset; 5) att de ej mottaga mat af en främmande person; 6) att inom ett dygn fördrifwa hundens loppor.[sic] 7) några säkra medel att kurera bett af galna hundar 1823. Stockholm: F.[redrik] B.[ogislaus] Nestius. Tillgänglig 20 november 2022 på adressen <https://libris.kb.se/bib/19235169>
- Reitersjö, S. (2003). Hundens bibliografi. Hunden i litteraturen – en svensk kynologisk bibliografi 1500–2000. Johanneshov: Wildbergs förlag.
- Santesson, L. (1988). Sluga Gubben och Kloka Gumman – två handböcker i folklig läkekonst. I: Sagt och skrivet. Festskrift till David Kornhall den 5 november 1988, 143–154. Red. Christer Platzack & Ulf Teleman. Lund: Lunds universitet, Institutionen för nordiska språk.
- Sturesson, E. (2010). Ironi och dess betydelse för översättningen av The Dog Owner's Manual. Examensarbete Del 2: Analys. Lund: Lunds universitet, Språk- och litteraturcentrum, Facköversättarutbildningen. Tillgänglig 20 november 2022 på adressen <https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=1736456&fileId=1736483>
- Thorman, S. (2014). Hunden som människans följeslagare genom tiderna. I: Gräslund, Anne-Sofie & Ingvar Svanberg (utg.), 9–30.

Samarbetet mellan TNC och RTT 1938–1998

Terminologiarbete som resurs för meningsfull kommunikation

Hans Landqvist^a, Niina Nissilä^b, Nina Pilke^c & Sannina Sjöberg^d

^a Göteborgs universitet

^b Vaasan yliopisto

^c Vaasan yliopisto

^d Vaasan yliopisto

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 2022) Under 1900-talet inrättades institutioner för terminologiskt arbete i flera nordiska länder. En av dessa var norska Rådet for Teknisk Terminologi – RTT, som inleddes sin egentliga verksamhet 1956 och avvecklades 2001 (Christiansen 1985: 21; Store norske leksikon 2020).

I denna delstudie kartlägger vi samarbetet mellan dessa båda nationella terminologiorgan i Sverige och Norge. Genomtänkt och funktionell terminologi är en resurs för meningsfull kommunikation i ett samhälle. Sådan terminologi bidrar till att skapa en gemenskap mellan experter inom fackområden. Tillgång till sådan terminologi kan även underlättा för icke-experter som har behov av eller önskemål om att bli delaktiga av information inom olika fackområden. I studien besvaras två forskningsfrågor:

1. Vilka teman är aktuella under olika decennier i kontakterna mellan TNC och RTT?
2. Vilka resultat ger kontakten mellan institutionerna i fråga om utvalda språkfrågor?

Som material fungerar en delmängd av TNC:s omfattande arkiv, nämligen "Utlandskorrespondens Norge" – Unor 1938–1998. Unor omfattar bl.a. dokumentation av kontakter i skrift mellan TNC och RTT, främst i form av brev. Materialet undersöks såväl kvantitativt som kvalitativt med utgångspunkt i begreppen 'domänförlust' och 'domänvinst' samt terminologins teori och metod (Haberland 2005; Nuopponen & Pilke 2016). Vi klarrägger hur breven fördelar sig över tid och kategoriseras dem enligt tema/n, och vi redovisar och diskuterar hur företrädare för TNC och RTT hanterar utvalda språkfrågor (jfr Nissilä et al. 2021; Heittola et al. 2022). Studien ger således både ett makro- och ett mikroperspektiv på kontakterna mellan de båda institutionerna.

Referenser

- Christiansen, B. (1985). 5.1 The National Organization in Norway. *TermNet News. Journal of the international Network for Terminology* 12. Special Issue on the Nordic Countries. Red. H. Picht & J. Draskau. Infoterm, 21–22.
- Haberland, H. (2005). Domains and domain loss. I: B. Preisler, A. Fabricius, H. Haberland, S. Kjærbeck & K. Risager (Red.). *The Consequences of Mobility: Linguistic and Sociocultural Contact Zones*. Roskilde University, 227–237.
- Heittola, S., Landqvist, H., Nissilä, N. & Pilke, N. (2022). TNC och Finland. Korrespondens inom terminologiområdet 1941–1999. I: S. Björklund, B. Haagensen, M. Nordman & A. Westerlund (Red.) *Svenskan i Finland 19. Föredrag vid den nittonde sammankomsten för beskrivningen av svenska i Finland. Vasa den 6–7 maj 2021*. Skrifter utgivna av Svensk-Österbottniska Samfundet 82. Åbo Akademi & Svensk-Österbottniska Samfundet, 88–103. Tillgänglig: <https://www.doria.fi/handle/10024/185549> (citerad 30.11.2022).
- Landqvist, H., Nissilä, N. & Pilke, N. (2017). "Gryta bör vara benämning för kårl av kraftigt material ..." Experters bidrag för att skapa terminologiska resurser. I: M. Aasgard & O. Våge (Red.). *Hvem er brukerne av terminologiske ressurser – og hvordan når vi ut til dem? Rapport fra NORDTERM 2017. Kongsberg, Norge* 12.–15. juni 2017.

- Nordterm 20. Språkrådet i Norge. 17–30. Tillgänglig: <http://www.nordterm.net/filer/publikationer/rapporter/Nordterm20.pdf> (citerad 30.11.2022).
- Nissilä, N., Heittola, S., Pilke, N. & Landqvist, H. (2021). "Av intresse för saken dristar jag mig att till diskussion framlägga ett par spörsmål" – Kaksi suomalaista akateemista uranuurtajaa terminologiaverkoston kirjeenvaihdossa. I: H. Katajamäki, M. Enell-Nilsson, H. Kauppinen-Räisänen, L. Kääntä & H. Salovaara (Red.). *Workplace Communication IV*. VAKKI Publications 13. Vaasan yliopisto. 153–168. Tillgänglig: <https://vakki.net/index.php/2021/12/21/workplace-communication-iv/> (citerad 30.11.2022).
- Nuopponen, A. & Pilke, N. (2016). *Ordnning och reda. Terminologilära i teori och praktik*. 2 uppl. Studentlitteratur.
- Store norske leksikon (2020). Tillgänglig: https://snl.no/R%C3%A5det_for_teknisk_terminologi (citerad 30.11.2022).
- Termer i tid – tidens termer (2022). Tillgänglig: <https://sites.uwasa.fi/term/> (citerad 30.11.2022).

Globalisation and Cultural Diversity in the Finnish School Curriculum: The Perspective of Ethical Implications

Tommi Lehtonen^a

^aVaasan yliopisto

The purpose of this presentation is to explore and analyse how globalisation and cultural diversity are addressed in the Finnish national curriculum for comprehensive school (Finnish National Agency for Education 2014). The presentation focuses on the findings of desk research, supported by pertinent commentary based on ethics and globalisation literature (Lehtonen 2015, Akande 2002; Ritzer 2004, 2007; Rogers 1999). The presentation is particularly concerned with the ethical implications of the curriculum's perspectives on globalisation and cultural diversity. In this case, ethical implications signifies how various ethical concepts, such as rights, duties and consequences, interact with one another, which concepts are most important, and what kind of overall ethical view can be formed based on the curriculum (Lehtonen 2021, 48–49). In order to examine this topic, the presentation will focus on the following questions: What does the Finnish curriculum say about globalisation and cultures? How and from what perspective are diverse cultures and multiculturalism portrayed in the Finnish school curriculum? What challenges and opportunities are associated with globalisation? Finally, how and to what extent does the curriculum frame these challenges and opportunities in terms of ethical concepts such as rights, duties and moral consequences?

Literature

- Akande, W. (2002). The drawbacks of cultural globalization. *Global Policy Forum*. Available: <https://archive.global-policy.org/globaliz/cultural/2002/1110cult.htm> (visited 09/11/2022)
- Lehtonen, T. (2015). Cultural boundaries: imaginary or real? In: D. Reillstab and N. Siponkoski (Eds.), *Borders under Negotiation*. Vaasa: VAKKI, 46–55.
- Lehtonen, T. (2021). Ethics of security: From personal safety to cyber security. In: M. N. Taskiran & F. Pinarbaşı (Eds.), *Multidisciplinary Approaches to Ethics in the Digital Era*. Hershey, PA: IGI Global, 44–59.
- Finnish National Agency for Education [Opetushallitus] (2014). *Finnish Core Curriculum 2014 [Perusopetuksen opetus-suunnitelman perusteet 2014]*. Helsinki.
- Ritzer, G. (2004). *The Globalization of Nothing*. Pine Forge Press: Thousand Oaks.
- Ritzer, G. (Ed.) (2007). *The Blackwell Companion to Globalization*. Malden. Blackwell, MA
- Rogers, B. (1999). Conflicting approaches to curriculum: Recognizing how fundamental beliefs can sustain or sabotage school reform. *Peabody Journal of Education – Dilemmas of Theory, Design, and Practice in Curriculum and School Improvement*, 74(1): 29–67.

Wie zeigt sich Agency in technologievermittelten deutsch-finnischen Geschäftsverhandlungen?

Maarit Leskelä^a & Sabine Grasz^b

^a Oulu Universität

Finnland ist international bekannt für seine Expertise im Bildungsbereich, nach der es auch Nachfrage aus dem Ausland gibt. Bildungsexport ist ein auf Kompetenz basiertes Business, bei dem der Serviceanbieter für seine Expertise kommerzielle Vorteile im Ausland sucht (OPH, 2020). Die Herausforderung des Bildungsexports liegt nicht nur in der sprachlich-kulturellen Vielfalt. Auch die Agency der Teilnehmer (van Lier, 2010) und die Auswirkungen der Verwaltungsstrukturen (Scollon et al., 2012) auf das schulische Umfeld variieren. In meiner Forschung untersuche ich die Agency, die sich in der Interaktion zwischen deutschsprachigen Lehrkräften und finnischen Serviceanbietern manifestiert. Im Zentrum der Analyse stehen dabei Bedeutungsaushandlungen zwischen den Akteuren.

In dieser Untersuchung zur technologievermittelten deutsch-finnischen Geschäftskommunikation über Bildungsexport wird ein nexusanalytischer Forschungsansatz verwendet (Scollon, 2001; Scollon & Scollon, 2004), was neu in diesem Bereich ist. Es werden Interaktion und Diskurse in Verhandlungssituationen, die hybrid stattfinden, untersucht. Das Korpus besteht aus Interviews, teilnehmenden Beobachtungen und Videoaufnahmen von authentischen Geschäftskommunikationen. Die Forschungsfrage ist, wie die Agency der Akteure in diesen technologievermittelten Gesprächssituationen konstruiert wird. Mit Hilfe der Nexusanalyse wird das Zusammenspiel der Akteursgeschichte und der Interaktionsordnung der an den sozialen Aktivitäten Beteiligten sowie der in der Situation entstehenden Diskurse (Scollon & Scollon, 2004; Goffman, 1961) analysiert. Die Forschung bietet ein Verständnis von technologievermittelter Interaktion und einen Einblick in die Interaktion von Arbeitsgemeinschaften.

Literatur

- Goffman, E. (1961). *Behavior in public places: Notes on the social organization of gatherings*. Free Press.
- OPH (2020). Opetushallitus: Raportit ja selvitykset 2020:8. www.oph.fi
- Scollon, R. (2001). *Mediated discourse: The nexus of practice*. Routledge.
- Scollon, R., & Scollon, S.W. (2004). *Nexus analysis: Discourse and the emerging internet*. Routledge.
- Scollon, R., Scollon, S.W. & R.H. Jones. (2012). *Intercultural Communication. A Discourse Approach*. Third Edition. Wiley Blackwell.
- van Lier, L. (2010). The ecology of language learning: Practice to theory, theory to practice. *Procedia to Social and Behavioral Sciences*, 3, 2–6. DOI: 10.1016/j.sbspro.2010.07.005

“Jos et aloita, mikään ei muutu”: Tulevaisuksien rakentuminen median sijoitusdiskursseissa

Ella Lillqvist^a & Merja Porttikivi^b

^aVaasan yliopisto

^bHelsingin yliopisto

Muutaman viime vuoden aikana yksityishenkilöiden kiinnostus sijoittamiseen on lisääntynyt voimakkaasti; nyt Suomessa on jo yli miljoona yksityistä osakesijoittajaa (Euroclear 31.3.2022). Sijoitusbuumi näkyy myös uutismedian sisällöissä. Sijoittamisessa hyödynnetään tulevaisuuden ennusteita ja odotuksia ja pyritään näin aktiivisesti vaikuttamaan omaan taloudelliseen tulevaisuteen. Tämä tutkimus keskittyykin tulevaisuuden hahmottamiseen sijoittamispuheessa: tavoite on lisätä ymmärrystä odotuksista, joita sijoituspuhe sisältää, siitä millaiset tulevaisuudet nähdään toivottavina ja mahdollisina, ja siitä mitä nämä kuvitellut tulevaisuudet mahdollisesti merkitsevät yksilöiden ja yhteiskunnan nykyisyyden ja tulevan kehityksen kannalta.

Tutkimus kytkeytyy taloussosiologian piirissä viime aikoina käyttyyn keskusteluun kuvitellusta tulevaisuksista (esim. Beckert 2016). Nämä ovat merkittäviä, koska tulevaisuuden ollessa entistä epävarmempi, odotuksia konkretisoivat kuvitelmat mahdolistavat päätöksenteon ja muun toiminnan nykyhetkessä. Samalla ne voivat performatiivisesti muokata sekä nykyisyyttä että tulevaisuutta. Tulevaisuudenkuvitelmat eroavat toisistaan paitsi sisällöltään myös esimerkiksi sen mukaan, kuinka pitkälle tulevaisuutta kuvitellaan, kuinka tarkkoja visiot ovat, tai nähdäänkö tulevaisuuden olevan yleisesti ottaen nykyistä parempi vai huonompi (Mische, 2009).

Tutkimuksen aineisto koostuu suomalaisten sanomalehtien internetissä julkaistuista artikkeleista ja lukijoiden kommentteista. Aineisto on hankittu tekstiaineistoja agregoivalta Legentic-yritykseltä, jonka tietokannan "uutiset"- ja "uutiskommentit"-osioista ladattiin tekstit hakusalla *sijoittaminen* vuosilta 2015-2022. Nämä saatu aineisto rajattiin edelleen suurimpiin valtakunnallisiin lehtiin ja tarkemmin niiden osioihin, jotka käsittelevät taloutta, rahaa yms. Lopullinen aineisto kattaa talousaiheisia tekstejä ja lukijakomentteja *Helsingin Sanomista*, *Iltasanomista*, *Iltalehdestä* ja *Talouselämästä*. Menetelmänä käytetään korpusavusteista diskurssintutkimusta, jossa yhdistetään määrällistä ja laadullista tekstianalyysia. Analyysissa hyödynnetään pilvipohjaista Sketch Engine -korpustyökalua.

Aineiston valossa sijoittaja näyttää uusliberaalina subjektina, joka ottaa vastuun omasta tulevaisuudestaan eikä heittädy hyvinvoitivaltion huolehdittavaksi. Lehdet kannustavat tavallista kansalaista aloittamaan sijoittamisen, korostavat sen olevan mahdollista kaikille, ja maalaavat valoisaa tulevaisuutta niille, jotka sen tekevät. Myös lukijoiden kommentit heijastelevat osin tätä tapaa ajatella sijoittamista yksilön mahdollisuutena ja vastuunakin paremman tulevaisuden saavuttamiseksi. Toisaalta uutiskommenteissa myös kritisoidaan tästä näkökulmaa. Tavallisen kansalaiset mahdollisuudet vaikuttaa tulevaisuuteensa sijoittamalla nähdään näissä kommenteissa hyvin rajallisina ja lehtien näkökulma porvarillisena.

Lähteet

- Beckert, J. (2016). *Imagined futures: fictional expectations and capitalist dynamics*. Harvard University Press.
- Euroclear, 2022. "Miljoonan osakkeenomistajan raja rikki". 31.3.2022 <https://www.euroclear.com/finland/fi/news-and-insights/news/miljoonan-osakkeenomistajan-raja-rikki.html>
- Mische, A. (2009). Projects and Possibilities: Researching Futures in Action. *Sociological Forum*, 24(3), 694–704.
- Cappa, Francesco, Michele Pinelli, Riccardo Maiolini, Maria Isabella Leone (2020). "Pledge" me your ears! The role of narratives and narrator experience in explaining crowdfunding success. *Small Bus Econ* (2021) 57: 953–973.

Itsestääkertominen tuo luottamusta ja rakentaa merkityksellisyyttä

Marjut Männistö^a

^a Vaasan yliopisto

Esitelmäni aiheena on itsestääkertominen viestintätaitona työnhakutilanteessa. Tavoitteenani on tunnistaa, miten itsestääkertominen työnhakutilanteeseen liittyvänä viestintätaitona ilmenee korkeasti kouluttautuneilla ulkomaalaistaustaisilla työnhakijoilla Ammatilliset kieli- ja viestintätaidot: tavoitteet ja tuki työllistymisessä ja työllistämisessä -koulutuskontekstissa. Koulutus on osa valtakunnallista OK Työmarkkinoidella -hanketta, ja sen tarkoituksena on auttaa työttömyysuhan alla olevia henkilöitä työllistymään Suomessa (Vaasan yliopisto, 2022).

Tutkimusaineisto on kerätty Ammatilliset kieli- ja viestintätaidot -koulutuksen aikana vuosina 2020–2021. Aineisto koostuu koulutuksessa mukana olleiden henkilöiden kanssa käydyistä keskusteluista, sähköpostiviesteistä, tehtäväpalautuksista, simuloiduista työpaikkahaastatteluista sekä alkukartoitusteksteistä ja palautekeskusteluista.

Viestinnän tehtävä on lisätä vuorovaikutusta. Vuorovaikutus vaatii kohtaamista ja kohtaaminen vaatii luottamusta. Yksi luottamuksen osoittamisen keino on omasta itsestä kertominen. Itsestääkertominen on viestintäkäytäytymistä, jossa toinen vuorovaikutukseen osallistuja tietoisesti tekee itsensä tunnetuksi toiselle (Peirce & Sharp, 1973, s. 410). Omasta itsestä kertominen vaikuttaa vuorovaikutussuhteeseen kehittymiseen ja luo merkityksellisyyttä vuorovaikutustilanteisiin. Myös työnhakuun liittyvät tilanteet ovat vuorovaikutustilanteita, jotka antavat mahdollisuuden itsestääkertomiseen ja vaativat luottamuksen rakentamista.

Riittämättömän kielitalidon sijaan ulkomaalaistaustaisen henkilöiden työllistymisen esteenä saattaa olla käytännöt hakea töitä ja käyttää työnhakutilanteessa. Ulkomaalaistaustainen henkilö saattaa kokea suomalaisen työnhakukulttuurin ja siihen liittyvät tavat erilaisina ja jopa outoina. Erilaisuus ja outous taas saavat aikaan epävarmuutta ja riittämättömyyden tunteita, jotka sitten edelleen saattavat heijastua työnhakutilanteessa epäammattimaisuutena. Jo se, mitä ja miten työnhakija kertoo itsestään ja osaamisestaan työnhakutilanteessa ja se, miten hänen odotetaan kertovan tuolloin itsestään, saattavat vaikuttaa sekä työnantajan että työnhakijan näkulmasta vieraalta. Samalla tuo vieraus voi johtaa siihen, ettei hyväkään asiantuntija työllisty.

Alustavat tutkimustulokset tukevat havaintoja siitä, että vuorovaikutussuhteet kehittyvät, kun ihmiset kertovat itsestään lisää toisilleen. Tämä vuorovaikutusprosessin kehittyminen tapahtuu kolmella tavalla: 1) lisäämällä itsestääkertomisen syvyttä, 2) lisäämällä itsestääkertomisen laajuutta ja 3) lisäämällä itsestääkertomiseen käytettyä aikaa (Altman & Taylor, 1973). Aina, kun ihminen puhuu, kirjoittaa ja viestii, hän tulee samalla kertoneeksi ja paljastaneeksi jotakin myös itsestään. Itsestääkertominen voi siis olla joko tahallista tai tahaton, ja se voi olla verbaalista tai nonverbaalista viestintää (Peirce & Sharp, 1973, s. 409). Vuorovaikutusprosessi voi myös kehittyä kahteen suuntaan, ja itsestääkertomiseen liittyvä muutos voi olla joko lähentymistä tai etäisyden ottamista.

Lähteet

- Altman, I. & Taylor, D. A. (1973). *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. New York, NY: Holt, Rinehart and Winston.
- Pearce, W. B. & Sharp, S. M. (1973). Self-disclosing communication. *Journal of Communication*, Volume 23, Issue 4, joulukuu 1973, s. 409–425, julkaistu 7.7.2006 <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1973.tb00953.x>
- Vaasan yliopisto. (2022). OK Työmarkkinoidella. Noudettu 12.12.2022 osoitteesta <https://sites.uwasa.fi/oktyomarkkinilla/>

Pluralböjning i inlärarsvenska. En jämförelse mellan språkbad och traditionell undervisning

Eeva-Liisa Nyqvist^a

^a Helsingfors universitet

Tidigt fullständigt språkbad siktar på förmågan att använda ens språk på ett ändamålsenligt sätt (Genesee 2004). Inlärningen sker genom riktig input och meningsfull kommunikation. Eleverna når vanligen utmärkt praktisk kommunikationsförmåga, men har brister i den grammatiska kompetensen, vilket dokumenterats i både utomlands (Harley 1993, 1998, Ó Duibhir 2009) och i Finland (Nyqvist 2018ab, 2020, 2021abc; Nyqvist & Lahtinen 2021). Grammatikbehärskning är dock central för en bra skrivförmåga samt i situationer där kommunikationsproblem inträffar (N. Ellis 2005), varför språkbadet fortfarande behöver utvecklas (Lyster 2007; Bergroth 2015).

Nominalfraser hos språkbadselever har forskats ur species och genus synvinkel (Nyqvist 2018ab, 2021, Nyqvist & Lahtinen 2021), medan pluralböjningen fått mindre uppmärksamhet. Harley (1993) har dock konstaterat att oregelbundna (dvs. sådana som har flera allomorfer) och insalienta (dvs. svåra att lägga märke till i inputen under kommunikationen) konstruktioner, såsom pluralböjningen i svenska, förorsakar problem för språkbadselever är det motiverat att undersöka detta med en stor korpus med informanter från olika delar av Finland.

I mitt föredrag behandlar jag finskspråkiga språkbadselevernas behärskning av pluralböjningen i skriftlig produktion i årskurserna 6 och 9 (n=109 respektive 108) och en jämförelsegrupp med 16-åriga första årets gymnasister (n=89). Centrala frågor är:

1. Vilka allomorfer av pluralsuffixet är de mest frekventa hos informanterna?
2. Är bortfall av suffixet vanligare än användning av ett icke-normenligt suffix?
3. Hur skiljer sig de olika informantgrupperna från varandra och varför?

Materialet analyseras ur tre synvinklar: tillägnandet av grammatiska konstruktioner kan bero på inherenta språkliga drag (b.la. frekvens), inlärningssättet (t.ex. språkbad vs traditionell undervisning) eller inlärarens egenskaper (t.ex. åldern, Housen & Simoens 2016): yngre och äldre språkbadselever jämförs med varandra och en jämförelsegrupp, och det som visar sig vara svårt för språkbadselever, torde visa vad som är inherent svårt med pluralböjningen i svenska.

Litteratur

- Bergroth, M. 2015. *Kotimaisten kielten kielikylypi*. Vasa: Vaasan yliopiston selvityksiä ja raportteja 202.
- Ellis, N.C. 2005. At the interface: Dynamic interactions of explicit and implicit language knowledge. *Studies in Second Language Acquisition* 27, 305–352.
- Genesee, F. 2004. What do we know about bilingual education for majority language students? I: Bhatia, T. K. & Ritchie, W. (red.), *Handbook of Bilingualism and Multiculturalism*. Malden, MA: Blackwell, 547–576.
- Harley, B. 1993. Instructional strategies and SLA in early French immersion. *Studies in Second Language Acquisition* 15, 245–260.
- Harley, B. 1998. The role of focus-on-form tasks in promoting child L2 acquisition. I: Doughty, C. & Williams, J. (red.): *Focus on form in classroom second language acquisition*. Cambridge: Cambridge University Press, 156–174.
- Housen, A. & Simoens, H. 2016. Introduction: Cognitive Perspectives on Difficulty and Complexity in L2 Acquisition. *Studies in Second Language Acquisition* 38, 163–175.
- Lyster, R. 2007. *Learning and teaching languages through content*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Nyqvist, E-L. 2018a. Definiteness and use of articles in written Swedish by Finnish-speaking immersion pupils at the end of immersion: A comparison with non-immersion students. *Journal of Immersion and Content-based Language Education* 6, 57–84.
- Nyqvist, E-L. 2018b. Species och artikelbruk hos finska språkbadselever i årkurs 6. *Folkmålsstudier* 56, 73–104.

- Nyqvist, E-L. 2020. Interrogativa bisatser hos 12- och 15-åriga språkbadselever. En jämförelse med traditionell undervisning. I: Wide, C., Ingman, E., Lankinen, K. & Vaakanainen, V. (red.) *Svenskan i Finland* 18, 164–180.
- Nyqvist, E-L. 2021a. Interrogative Subordinate Clauses in Swedish by 12-and 15-Years-Old Finnish-speaking Immersion Students. *Folia Scandinavica Posnaniensis* 30, 15–25.
- Nyqvist, E-L. 2021b. Komplexa svenska nominalfraser hos finskspråkiga språkbadselever. *Norsk lingvistisk tidskrift* 39, 69–95.
- Nyqvist, E-L. 2021c. Subject-verb word order in narratives in Swedish by Finnish-speaking immersion and non-immersion students. *Journal of Language teaching and Research* 12, 641–653.
- Nyqvist, E-L. & Lahtinen, S. 2021. Grammatical gender in L2 Swedish by Finnish-speaking immersion students. A comparison with non-immersion students. *Nordic Journal of Linguistics* 44, 1–23.
- Ó Duibhir, P. 2009. *The Spoken Irish of Sixth-class Pupils in Irish Immersion Schools*. Dublin: University of Dublin, Trinity College, Centre for Language and Communication Studies.

Toimivalta ja toimijuus yhteistyötilaorganisaation yhteisöllisyyden johtamisprosesseissa

Mitra Raappana^a & Tomi Laapotti^b

^aJyväskylän yliopisto

^bVaasan yliopisto

Yhteistyötiloilla (coworking spaces) tarkoitetaan työskentelytiloja, joita jäsenet saavat jäsenmaksua vastaan hyödyntää (Spinuzzi, 2012). Tiloihin liittyvien resurssien, kuten nettiyhleyksien, taukotilojen ja neuvotteluhuoneiden lisäksi useat yhteistyötilaorganisaatiot markkinoivat lisäksi mahdollisuutta yhteistyöhön, osaamisen jakamiseen sekä työtoveruuteen ja yhteisöllisyyteen (Spinuzzi ym., 2019). Yhteistyötilat muodostavat organisaatioita, jotka koostuvat eri yritysten edustajista, kilpailijoistakin. Yhteistyötilat ovat yrittäjiä, freelancereiden, etätyötä tekeviä yksilöiden ja tiimien suosiossa. Perinteiset näkemykset organisaatioviestinnästä, kuten jäsenyystä, tavoitteellisuudesta, yhteisöllisyydestä, johtamisesta - jopa organisaation käsitteestä tulevat yhteistyötiloissa haastetuksi.

Tutkimme erään itseään yhteisöllisenä markkinoivan yhteistyötilaorganisaation yhteisöllisyyden johtamisen prosesseja. Tavoitteenamme on selvittää, milläista on yhteisöllisyyden johtaminen yhteistyötilaorganisaatiossa. Hyödynnämme CCO-teorian (communicative constitution of organizations, Brummans ym., 2014) Montréalin koulukunnan käsityksiä: vuorovaikutus luo, kehittää ja ylläpitää (eli konstituoi) organisaatiota (esim. Brummans ym., 2014) ja johtaminen on kollektiivista ja kehkeytyvää ihmisiä ja ei-ihmisiä toimijoiden ja kohteiden välillä (Schoeneborn ym., 2020). Montréalin koulukunnan perinteestä (esim. Bisel, Fairhurst & Sheep, 2022) hyödynnämme toimivallan (authority, esim. Benoit-Barné & Fox, 2022) ja toimijuuden (agency, esim. Cooren, 2018) käsittelyt. Esitämme, että yhteisöllisyys materialisoituu yhteistyötilaorganisaation vuorovaikutuksessa ja siksi toimivallan ja toimijuuden käsittelen avulla voidaan ymmärtää, kuka tai mikä johtaa yhteisöllisyyden prosesseja ja miten.

Aineistoa kerätään yhteistyötilaorganisaatiosta, jolla on toimipisteet seitsemässä eri kaupungeissa. Koossa oleva aineisto muodostuu henkilökunnan haastatteluista (n=17), varjostamisaineistosta (n. 40 h) sekä henkilökunnan viikkopalavereista (yhteensä 12 kpl videotallennusta, 45–90 min/tapaaminen). Analysoimme aineiston ventrilokivistisen analyysimallin (Nathues ym., 2021) mukaan: identifioimme, järjestämme, yhdistämme ja osoitamme aineistosta ne moninaiset äänet, joilla yhteisöllisyyttä kohdeorganisaatiossa johdetaan.

Alustavasti näyttää siltä, että yhteisöllisyyttä johdetaan esimerkiksi järjestämällä erilaisia tapahtumia yhteisön jäsenille. Itse tapahtumatilan puhuu ja laitetaan puhumaan yhteisöllisyyden äänellä. Samoin tapahtumasta tiedottaminen. Myös erilaiset digitaaliset alustat valjastetaan yhteisöllisyyden puolestapuhujaksi, ja niiden keräämälle datalle annetaan kollektiivisesti toimivaltaa; niiden kautta yhteisöllisyyttä voidaan hallita, organisoida, materialisoida – ja siis johtaa.

Tutkimuksemme kontribuoii yhteistyötilakirjallisuuteen sekä Montréalin koulukunnan teoreettointeihin. Tutkimuksemme vahvistaa sosiomateriaalisuuden sekä ihmisiä ja ei-ihmisiä toimijoiden merkitystä uudenlaisten organisaatioiden, työskentelytapojen ja niihin liittyvien vuorovaikutusilmöiden tarkastelussa.

Kirjallisuus

- Benoit-Barné, A., & Fox, S. (2022). Authority according to CCO. Recursivity, Emergency, and Durability. In Basque, J., Bencherki, N., & Kuhn, T. (Eds.). (2022). *The Routledge Handbook of the Communicative Constitution of Organization* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003224914> (pp. 281–297).

- Bisel, R. S., Fairhurst, G. T., & Sheep, M. L. (2022). CCO Theory and Leadership. In Basque, J., Bencherki, N., & Kuhn, T. (Eds.). (2022). *The Routledge Handbook of the Communicative Constitution of Organization* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003224914> (pp. 297–309).
- Brummans, B. H. J. M., Cooren, F., Robichaud, D. & Taylor, J. R. (2014). Approach to the communicative constitution of organizations. In L. L. Putnam & D. K. Mumby (Eds.), *SAGE handbook of organizational communication: Advances of theory, research, and methods* (pp. 173–194). SAGE.
- Cooren, F. (2020). Beyond entanglement: (Socio-)materiality and organization studies. *Organization Theory* 1(3), 1–24. <https://doi.org/10.1177/2631787720954444>
- Cooren, F. (2018). Acting for, with, and through: A relational perspective on agency in MSF's organizing. In B. H. J. M. Brummans (Ed.), *The agency of organizing. Perspectives and case studies* (pp. 142–169). Routledge.
- Nathues, E., & van Vuuren, M. (2022). Acting in the name of others: How to unpack ventriloquiations. In Basque, J., Bencherki, N., & Kuhn, T. (Eds.). (2022). *The Routledge Handbook of the Communicative Constitution of Organization* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003224914> (pp. 213–225).
- Schoeneborn, D., Trittin-Ulbrich, H., & Cooren, F. (2020). "Chapter 30: Consensus vs. dissensus: the communicative constitution of responsible management". In *Research Handbook of Responsible Management*. Cheltenham: Edward Elgar (pp. 451–467). https://www.elgaronline.com/view/edcoll/9781788971959/9781788971959_00039.xml
- Spinuzzi C, Bodrožić Z, Scaratti G, Ivaldi S. (2019.) "Coworking Is About Community": But What Is "Community" in Coworking? *Journal of Business and Technical Communication* 33(2), 112–140. doi:10.1177/1050651918816357
- Spinuzzi, C. (2012). Working alone together: Coworking as emergent collaborative activity. *Journal of Business and Technical Communication* 26, 399–441.

The Role of Digital Media in Discourses on Identity of Swedish-speaking Finns in Diaspora

Jessica Rosenberg^a

^a Jyväskylä Universitet

Research has shown that a connection with heritage language, culture, and social relations is crucial for how individuals construct their identities in a transnational context. However, there is limited research on Swedish-speaking Finns based abroad. The present study addresses this shortcoming by analysing Swedish-speaking Finns in the Swiss diaspora. The focus is on the role of language use and digitally mediated communication practices, and national and international contacts on their experience of identity and how this is manifested in the way they position themselves in discourse.

This is a qualitative case study, and the material presented here consists of three semi-structured interviews with a Swedish-speaking Finn in Switzerland and their media diary. The theoretical and methodological frameworks are positioning analysis (Davies & Harré 1990; Bamberg 2005) and nexus analysis (Scollon & Scollon 2004). Positioning analysis is applied to examine how the informant constructs their identities and how they are made relevant over the course of the interview conversations. Nexus analysis provides tools to approach the 'social action' which in this case is this positioning and formulation of the identities.

Communication in the heritage language emerges as an important feature of the participant's interactions in Swedish and Finnish. Interaction in Swedish and Finnish is for the most part digitally mediated and is therefore an important aspect of identity work for the participant. In addition, digital media offer a platform for them to maintain both national and international relationships and a contact to their former home country, Finland. Thus, these various media and digitally mediated communication appear in discourses on identity and shape the way the participant positions themselves when living in diaspora.

References

- Bamberg, M. (2005) Narrative Discourse and Identities. *Narratology beyond Literary Criticism*. Doi: 10.1515/9783110201840.213.
- Davies, B. & Harré, R. (1990) Positioning: The Discursive Production of Selves. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 20:1, 43–63. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1468-5914.1990.tb00174.x>
- Scollon, R. & Scollon, S. W. (2004) *Nexus Analysis: Discourse and the Emerging Internet*. London: Routledge.

Some-journalismi Instagramissa ja TikTokissa: #Uutiset @ylekioskista @rareonkovaan

Tanja Sihvonen^a & Ville Manninen^b

^aVaasan yliopisto

^bVaasan yliopisto

Suomalaisten median käyttötottumukset ovat muuttuneet nopeasti. Sosiaalinen media ohitti painetun median uutislähteenä jo vuonna 2019, ja nykyään 45% suomalaisista seuraa uutisia sosiaalisesta mediasta vähintään viikoittain (Newman ym. 2022, 77) Tällä hetkellä erityinen mielekiinto somessa kohdistuu videoluotoiseen sisältöön, sillä siihen nojaavat sovellukset ovat kasvattaneet käyttäjämääriään kaikkein eniten. Videosisältöjen voittokulku internetissä alkoi vuonna 2005 perustetusta YouTubesta, josta tuli nopeasti erittäin suosittu. Viime aikoina lyhytvideoformaatin ympärille rakennettu TikTok on noussut yhdeksi käytetyimmistä sosiaalisen median alustoista. Sen suosion myötä myös vakiintuneemmat some-alustat kuten Instagram ja YouTube ovat lisänneet palveluunsa lyhytvideotoiminnallisuksia.

Journalismin kontekstissa audiovisuaaliset sisällöt eivät ole mitenkään uusi asia, ja esimerkiksi perinteisillä tv-uutisilla on yhä vakiintunut yleisönsä. Journalismin ja sosiaalisen median suhde näyttäätyy kuitenkin jännitteisenä. Some-alustojen toimintalogiikka ja journalismin perinteiset arvot voivat olla suorastaan ristiriidassa keskenään. Somen algoritmit nostavat esiin aiheita ja näkökulmia, jotka eivät vältämättä ole journalistisesti perusteltuja.

Tässä esityksessä tarkastellaan, millaisia journalistisia sisältöjä Instagramissa ja TikTokissa, kahdessa keskeisessä kuva- ja videonjakosovelluksessa, jaellaan ja kulutetaan. Luomme ensin yleiskatsauksen siihen, mitä journalistisia toimijoita näillä alustoilla on ja miten aktiivisia ne ovat. Toiseksi analysoimme sitä, millaista journalistista sisältöä alustoilla tuotetaan. Kolmanneksi haluamme esityksessämme nostaa esiin yleisempää teoreettisia kysymyksiä siitä, miten journalismin ja some-alustojen välisiä niveltymiä voidaan ylipäätään tarkastella osana audiovisuaalista kulttuuria, ja millaista metodologiaa tässä työssä tarvitaan.

Esityksemme kytkeytyy Helsingin Sanomain säätiön rahoittamaan tutkimushankkeeseen (Lyhytvideot nuorten uutislähteenä, 2022–24), jossa keskitytään lyhytvideoihin uutisellisen ja journalistisen sisällön välittämisen ja kuluttamisen näkökulmista. Lyhytvideoilla tarkoitetaan usein alle neliminuuttisia videoita, joskin sovellusten asettamat reunaehdot niiden lataamiselle saamoin kuin yleisön huomiojänne vaihtelee alustoiden. Lyhytvideot vetoavat etenkin nuoriin yleisöryhmiin, jotka käyttävät somea ja muutakin mediaa pääosin mobiililaitteilla.

Lähteet

Newman, Nic, Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Kirsten Eddy & Rasmus Kleis Nielsen (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>

Miten Helsingin asuinalueista puhutaan? - Korpusavusteinen diskurssintutkimus spatiaalisista stigmoista

Jenny Tarvainen^a

^a Jyväskylän yliopisto

Esitelmässäni käsittelemä kysymystä *Millaisia stigmoja Helsingin asuinalueisiin liitetään Suomi24-verkkokeskustelussa?* Esitykseni liittyy tekeillä olevaan väitöskirjaani, jonka tavoitteena on paljastaa alueelliseen eriarvoistumiseen eli segregaatioon (ks. THL 2020) kytkeytyviä kielellisiä mekanismeja. Kun nämä mekanismit tunnistetaan, kaupunkisuunnittelussa on mahdollista ennustaa ja ehkäistä segregaatioon liittyviä ongelmia, kuten pahoinvoinnin keskittymistä sekä palveluiden epätasaista jakautumista (THL 2020). Alue stigmatisoituu ja eriarvoistuu, kun aluetta syrjitään ja leimataan mm. sosioekonomisen tai etnisen kokoonpanon perusteella (Musterd ym. 2008).

Stigmalla tarkoitetaan alueen negatiivista esittelyä, joka on diskurssien avulla luotu kuva kohteesta, tässä tutkimuksessa asuinalueista. Analysoin diskursseja diskurssiprosodioiden (ks. Stubbs 2001; Jantunen 2018) avulla. Tässä tutkimuksessa diskurssiprosodiat ovat toistuvia assooriaita paikannimien ja niihin liittyvien merkitykseltään samankaltaisten sanaryhmien välillä. Tutkimusaineisto on Suomi24-korpus (City Digital Group 2021), jossa on kaikki Suomi24-keskustelufoorumin keskustelut vuosilta 2001—2020. Aineiston volyyymi ja autenttisuus tekee siitä optimaalisen aineiston laajasti tunnistettujen ja toistuvien diskurssiprosodioiden tutkimiseen, vaikka se ei edustakaan kaikkia suomalaisia. Menetelminä hyödynnetään korpusavusteista diskurssintutkimusta (CADS; ks. Partington ym. 2013; Jantunen 2018), joka yhdistää laajojen aineistojen määrällisen tarkastelun laadulliseen lähilukuun.

Ensin analysoin Helsingin asuinalueiden polaarisuutta Korp-konkordanssipalvelun avulla, minkä jälkeen valitseen sekä negatiiviseen että positiiviseen kontekstiin asettuvia kaupunginosia kollokaatioanalyysiin. Luokittelen kollokaatiot merkitysryhmiin, joiden pohjalta paljastuu tarkempia diskurssiprosodioita, joiden lähempiä koteksteja tarkastelemalla analysoin varsinaisia diskursseja. Näin paljastuu, millaisia stigmoja Helsingin eri asuinalueisiin liitetään verkkokeskustelussa.

Lähteet

- City Digital Group 2021: Suomi24 virkkeet -korpus 2001—2020, Korp-versio [tekstikorpus]. Kielipankki. Saatavilla <http://urn.fi/urn:nbn:fi:lb-2021101525>
- Jantunen, J. H. 2018: Homot ja heterot Suomi24:ssä: analyysi digitaalisista diskursseista. — *Puhe ja kieli* 38(1) s. 3–22.
- Musterd, S., Andersson, R., Galster, G., & Kauppinen, T. 2008: Are immigrants' earnings influenced by the characteristics of their neighbours? — *Environment and Planning A*, 40 (4) s. 785—805. Partington, A., Duguid, A. & Taylor, C. 2013: Patterns and meanings in discourse: Theory and practice in corpus-assisted discourse studies (CADS). *Studies in Corpus Linguistics* 55. Amsterdam: John Benjamins.
- Stubbs, M. 2001: *Words and phrases. Corpus studies of lexical semantics*. Oxford: Blackwell Publishers.
- THL = Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2020: Yhdyskuntasuunnittelu.

When Purpose Gets Lost in (Hidden) Translation: A Case Study about Advertising

Anca-Marina Velicu^a

^a University of Bucharest

Advertising is one of the most salient examples of purpose-driven communication. It is about persuasion (a perlocutionary act – cf. Austin 1962, Cohen 1973).

The case we want to talk about: an advertising slogan written in Romanian, by Romanian native speakers, and (aggressively) disseminated in 2005-2006 (online, but mostly in journals and magazines, in stores, bus and tramway stations, in and on the subway, on the air – TV and Radio), for the foundation *Infaillible Make-up 16H* of the French cosmetics brand L'Oréal: *Anti-cearcăne, anti-strălucire, anti-tern* (intended meaning: “against eye-bags, against shiny complexion (oily skin), against dull complexion”/ actual meaning: ‘against eye-bags, against *glowing* [skin], against dull [complexion]’).

The Romanian Texter (cf. Holz-Mänttäri 1984), who exploited French documentation, and obviously took *teint luisant* as a synonym for *teint éclatant*, not only presented the foundation as going against perhaps *the* most desirable skin quality, but wrote a contradictory slogan. With this (unhappy) wording, no wonder the campaign missed its marketing purpose.

Our research doesn't focus on the marketing issue (although the slogan was retired in January 2007, coincidence or not, just after a brief we sent to L'Oréal Paris in December 2006), but on this slogan's linguistic features and effects on the lexical field (cf. Geckeler 1971, Coseriu 1975) it was supposed to exploit.

We proceeded in three steps: (1) description of that *lexical field*, in French and in Romanian. Methodology: *corpus driven research* (texts about beauty products, care or advice) and lexicographic enquiry. (2) Analysis of a *survey* aiming to check if the lexical field was indeed dominant for the Romanian prospects (end 2006). The results confirmed that the lexical field (as described) was indeed dominant (which explained the marketing failure), yet revealed that a significant minority of the subjects provided mutually inconsistent answers (suggesting disorganized lexical configurations). (3) Iteration of the survey, 15 years later, which (as expected) didn't exhibit any such inconsistencies anymore.

Selective References

- Austin, J.L. (1962). *How to do Things with Words*, 2nd edition, J.O. Urmson and M. Sbisá (eds.), Cambridge, MA: Harvard University Press
- Cohen, T. (1973). 'Illocutions and perlocutions,' *Foundations of Language*, 9: 492–503
- Coseriu, E. (1975). "Vers une typologie des champs lexicaux », *Cahiers de lexicologie*, n° 27 – 2, p. 30-51
- Geckeler, H. (1971). *Strukturelle Semantik und Wortfeldtheorie*, München: Fink
- Holz-Mänttäri, J. (1984). *Translatorisches Handeln. Theorie und Methode*, Suomalainen Tiedeakatemia (Annales Academie Scientiarum Fennicae B226), Helsinki.

"Kaikella, mitä teemme on yksi tarkoitus": Merkityksellisyyden perustelu yritysten verkkosivuilla

Tessa Virta^a

^aVaasan yliopisto

Noin viisikymmentä vuotta sitten Milton Friedman (1970) julisti kuuluisassa esseessään, että yritysten ainoa sosiaalinen vastuu on tuottaa voittoa osakkeenomistajille. Sama ajatus näkyy vielä tänäkin päivänä Suomen osakeyhtiölaissa, jossa on linjattu, että yhtiön toiminnan tarkoituksesta on tuottaa voittoa osakkeenomistajille, jollei yhtiöjärjestysessä toisin määrätä. Siitä huolimatta monet yritykset suhtautuvat toimintansa tarkoitukseen nykyään eri tavalla. OP:n suuryritystutkimuksen (2022) mukaan lähes kahdeksankymmentä prosenttia vastanneista suuryrityksistä on valmis tekemään vastuun nimissä ratkaisuja, jotka voivat vaikuttaa negatiivisesti yrityksen kannattavuuteen.

Myös yksilöt suhtautuvat yritysten rooliin nykyään eri tavalla. Kansalaiset arvottavat ja tukevat yrityksiä enenevässä määrin sen perusteella, mitä yritykset edustavat, eivätkä niinkään niiden myymien tuotteiden tai palveluiden vuoksi (Fontán ja muut, 2019). Kasvaneiden odotusten myötä merkityksellisyystä ja sen viestimisestä on tulossa yrityksille keskeinen ja jopa välttämätön tekijä epävarmassa yhteiskunnassa ja kilpailuymäristössä (Rey ja muut, 2019). Yritysten viestinnässä korostuukin entistä enemmän toiminnan liittäminen laajoihin yhteiskunnallisiin teemoihin. Viestintää voidaan kuitenkin pitää merkityksellisyyspesuna tai näennäisenä merkityksellisytenä, jos merkityksellisyyden omaksuminen on epäaitoa ja puhtaasti voitonhakuista (Mirzaei ja muut, 2021).

Tässä tutkimuksessa hyödynnetään retorista analyysia, jonka avulla tutkitaan merkityksellisän koettujen yritysten verkkosivuviestintää, jossa yritykset perustelevat olemassaoloaan yhteiskunnassa. Kohdeyritykset on valittu lokakuussa 2022 toteutetun kansalaiskyselyn perusteella. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten yritykset viestivät merkityksellisyystä verkkosivuilla. Koska aihetta on tutkittu viestintätieteellisestä näkökulmasta vasta vähän, tutkimus pyrkii myös hahmottamaan merkityksellisyyttä organisaatioviestinnän tutkimuskentässä.

Lähteet

- Fontán, C., Alloza, A. & Rey, C. (2019). (Re)Discovering Organizational Purpose. Teoksessa C. Rey, M. Bastons & P. Sotok (toim.), *Purpose-driven Organizations: Management ideas for a better world* (s. 107-118). Springer Nature.
- Friedman, M. (1970, 13. syyskuuta). The Social Responsibility Of Business Is to Increase Its Profits. *The New York Times*.
- Mirzaei, A., Webster, C. & Siuki, H. (2021). Exploring brand purpose dimensions for nonprofit organizations. *Journal of Brand Management*, 28(2), 186–198.
- OP. (2022). *Taitopelin aika - Suuryritystutkimus 2022*. OP. Noudettu 23.10.2022 osoitteesta <https://www.op.fi/documents/20556/37894072/OP+Suuryritystutkimus+2022/79a2a97d-f199-15c9-e0a6-72f86140c603>
- Rey, C., Velasco, J. S. C. & Almandoz, J. (2019). The New Logic of Purpose Within the Organization. Teoksessa C. Rey, M. Bastons & P. Sotok (toim.), *Purpose-driven Organizations: Management ideas for a better world* (s. 3-16). Springer Nature.

Meaning Constructed and Reconstructed in ad hoc ELF Interpreting Mediated Chinese-European Intercultural Business meetings

Mu(Christina) Zhao^a

^a University of Helsinki

Translation and interpreting(T&I) is often an important part in intercultural business meetings (ie. Janssens et al., 2004 ; Albl-Mikasa, 2010 & 2014a). However, research on non-professional interpreting in intercultural business settings has been less explored with a few exceptions (ie. Takimoto 2008 & 2012).

This research targets to explore ad hoc ELF interpreting-an important yet largely unknown aspect in Chinese-European intercultural business settings, with the aim to increase understanding on how its practices influence meaning-making process in the contexts of Chinese-European intercultural business meetings.

The study uses grounded theory methods to collect in four phases multi-format data mainly consisted of multi-sequential qualitative interviews and text-format data such as work documents and meeting materials during a period of 30 month with a longitudinal perspective. The whole research strictly follows GDPR rules to protect privacy and confidentiality of research participants.

Data collection has been visibly influenced by impacts from COVID-19. However, 44 qualitative semi-structured interviews with 11 research participants have been collected and processed with findings indicating firstly, ad hoc interpreting and ad hoc interpreter as such play complex roles and is an integral part of the meaning-making process in intercultural business communication; secondly, culture-specific knowledge and cultural intelligence(CQ) is important in ELF interpreting mediated Chinese-European intercultural business meetings; and thirdly, meaning-making process in ad hoc ELF mediated business meetings are complex as both its advantages including familiarity on relevant business topics and with meeting participants and its weakness and problems related with identity conflicts and language proficiency have dynamic impacts on communication in such settings.

Subsequently and based on the findings, the study has given several suggestions of relevant strategies to both meeting interpreters and speakers in such settings. To this sense, the research would bring potential meanings not only to English translation/interpreting teaching and studies, but also to inter-cultural (business) communication on a broader level.

Keywords: ELF, Ad hoc interpreting, intercultural business communication, Chinese-European business meetings

Bibliography

- Albl-mikasa, M. (2010). Global English and English as a lingua France(ELF): implications for the interpreting profession. *Trans-kom* 3(2),126-148.
- Albl-mikasa, M. (2014a). The imaginary invalid: Conference interpreters and English as a lingua franca. *International Journal of Applied Linguistics* 24(3), 293-311.
- House, J. (2019). Translation as a primer player in intercultural communication. *Applied Linguistics* 41(1), 10-29
- Janssens, M., Lambert, J. and Steyaert, C. (2004). Developing language strategies for international companies: the contribution of translation studies. *Journal of World Business*, Vol. 39(4), 414-30.
- Takimoto, M. (2008). Keeping an eye on all balls': Interpreters' functions in multi-party business interpreting situations. Unpublished doctoral thesis, Monash University, Melbourne.



WORKSHOPS

Creepiness and Leakiness Within Contemporary
Tracking Practices: Privacy Interpretations Workshop

Creepiness and Leakiness within Contemporary Tracking Practices: Privacy Interpretations Workshop

Organizers: Rebekah Rousi (UVA), Sujay Basavaraj Shalawadi (University of Aalborg), Florian Echtler (University of Aalborg), Ville Vakkuri (UVA), Hanna-Kaisa Alanen (UVA), Satu Rantakokko (UVA)

Calls to action regarding privacy issues – leaks, creeps, contextual appropriateness and exploitation – have been loud yet not so clear for the past two decades (Cranor, 1999; Shklovski et al., 2014). The ‘noise’ created to heighten awareness and agency regarding the collection of excess and highly personal data has generated substantial positive impact as seen with General Data Privacy Regulation (GDPR) and ISO/IEC 27701. There are numerous remaining issues including the inability to totally opt-out (Bannihatti et al., 2020) and blackbox systems (Ajunwa, 2020) – of which noone has complete knowledge of data masses, types and usage – that shadow these initiatives. General understandings of threats and ways these may affect individuals’ safety and wellbeing remain unclear (Khisamova et al., 2019; Lau et al., 2018). The privacy paradox resting in the tension between people’s spoken concern and actual behaviour remains unresolved (Cloarec et al., 2022). We identify research and design gaps in privacy behaviour to progress towards heightened human agency within everyday Internet connected systems. We acknowledge that the core of human-technology interaction factors determining better privacy awareness and agency-in-practice are not simply usability design-related challenges, but rather challenges in human understanding. There is a need to ascertain how people conceptualise privacy, its protection and potential threats, and the associated values that individuals attribute to their own personal data, including types, domains and contexts. We propose to engage participants in a multidisciplinary human-centered design workshop that thrusts members into ‘hands-on’ conceptual analysis and value-unpacking. We will use the results as an indicator towards the nature of contemporary privacy experience and conceptualization. We are also interested in observing synergies between fellow practitioners with the aim of future collaboration initiatives.

During the workshop we are brainstorming and ideating on how we understand privacy and its relationships to everyday experience. In particular, we are delving into the design space of privacy in the home – thinking about the Internet connected devices and what they mean from our everyday perspective, and of course, the notion of smart home.

The workshop is open to all who are interested in privacy related issues. Those who are involved in research regarding emerging technologies, Internet connected systems, artificial intelligence, and technology-related ethics, are especially encouraged to join.

The workshop is hybrid, but we encourage everyone to be there on site. We ask that for tailoring purposes participants complete a short questionnaire upon registration.

References

- Ajunwa, I. (2020). The “black box” at work. *Big Data & Society*, 7(2), 2053951720966181.
- Bannihatti Kumar, V., Iyengar, R., Nisal, N., Feng, Y., Habib, H., Story, P., ... & Sadeh, N. (2020). Finding a choice in a haystack: Automatic extraction of opt-out statements from privacy policy text. In *Proceedings of The Web Conference 2020* (pp. 1943-1954).
- Cranor, L. F. (1999). Internet privacy. *Communications of the ACM*, 42(2), 28-38.
- Khisamova, Z. I., Begishev, I. R., & Sidorenko, E. L. (2019). Artificial intelligence and problems of ensuring cyber security. *International Journal of Cyber Criminology*, 13(2), 564-577.

- Lau, J., Zimmerman, B., & Schaub, F. (2018). Alexa, are you listening? Privacy perceptions, concerns and privacy-seeking behaviors with smart speakers. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 2(CSCW), 1-31.
- Shklovski, I., Mainwaring, S. D., Skúladóttir, H. H., & Borgthorsson, H. (2014, April). Leakiness and creepiness in app space: Perceptions of privacy and mobile app use. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 2347-2356).
- Cappa, Francesco, Michele Pinelli, Riccardo Maiolini, Maria Isabella Leone (2020). "Pledge" me your ears! The role of narratives and narrator experience in explaining crowdfunding success. *Small Bus Econ* (2021) 57: 953–973.



WORKSHOPS

Digitalisaatio ja viestinnän tehtävät
uusilla hyvinvoittialueilla

Digitalisaatio ja viestinnän tehtävät uusilla hyvinvoittialueilla

Järjestäjät: Anna-Maria Mäki-Kuutti, Sinikka Torkkola ja Anna Sandra Toset yhteistyössä Tampereen yliopiston TRANSFORM-tutkimusalustan kanssa

Vuoden 2023 alussa sosiaali- ja terveyspalvelujen järjestäminen siirtyy Suomessa kunnilta laajemmille hyvinvoittialueille. Sosiaali- ja terveydenhuollon uudistuksen tavoitteena on taata kansalaisille yhdenvertaiset, saavutettavat, vaikuttavat ja tehokkaat palvelut. Palvelujärjestelmään kohdistuu mittavia rakenteellisia ja toiminnallisia muutoksia sekä uudenlaisia työn tekemisen tapoja. Samalla muutoksessa on kyse myös merkittävästä tiedollisista, viestinnällisistä ja teknologisista muutoksista.

Digitaalisille palveluille ennustetaan merkittävää roolia uusiin hyvinvoittitarpeisiin vastaamisessa, mikä edellyttää hyvinvoittialueilta sekä uudenlaista, aiempaa syvällisempää viestinnällistä osaamista että resurssien allokoointia aiempaa enemmän viestinnällisiin tehtäviin. Digitalisaatiosta haetaan vastauksia muun muassa palvelujen parempaan saavutettavuuteen, yksilöllisten palvelutarpeiden tunnistamiseen sekä asiakkaiden osallistumis- ja vaikutusmahdollisuksiin. Toisaalta digitalisaation merkityksiä etenkään haavoittavissa tilanteissa elävien kannalta ei vielä riittävästi tunneta.

Sosiaali- ja terveydenhuollon digitalisaatioon liittyviä mahdollisuksia ja ongelmia pohditaan moniammatillisessa paneelikeskustelussa, johon järjestäjät kutsuvat niin sosiaali- ja terveyspalvelujen, digitaalisten ratkaisujen kuin viestinnänkin tutkijoita ja ammattilaisia. Paneeli on suomenkielinen ja se järjestetään yhteistyössä Tampereen yliopiston TRANSFORM-tutkimusalustan kanssa.

Paneelikeskustelijat:

- Sinikka Torkkola, terveysviestinnän tutkija, Tampereen yliopisto
- Anniina Lehtimäki, hankepäällikkö, KATI-hanke (Kotona asumisen teknologiat ikäihmisille), Pohjanmaan hyvinvoittialue
- Anna Pekkarinen, kehittämispäällikkö, Pikassos (Sosiaalialan osaamiskeskus Pirkanmaalla, Kanta-Hämeessä ja Satakunnassa)
- Jenny Vuolle, johtaja, Hankkeet & kehitys -yksikkö, DigiFinland Oy
- Noora Hirvonen, informaatiotutkimuksen professori, Oulun yliopisto
- Marjo Ylimäki, kokemusasantuntija



WORKSHOPS

Digital and Computational Methods in
Studying Organizational Communication

Digital and Computational Methods in Studying Organizational Communication

Organizers: Salla-Maria Laaksonen (University of Helsinki), Kaisa Laitinen (University of Jyväskylä) and the SODA project team (<https://blogs.helsinki.fi/sodaproject/>)

Organizations and organizing are increasingly embedded in digital platforms on which individuals and teams communicate and collaborate, which renders organizational activities increasingly technologically mediated. At the same time on public digital platforms from Facebook to forums, various forms of organized, collective action emerge with no pre-existing organizational entities, thus, creating new forms of organizing through communication in digital environments.

From a methodological perspective, the digital platforms used both inside and between organizations accumulate extensive sets of big social data that can potentially introduce novel research insights. Platforms such as email, chat and instant messaging, video conferencing systems, intranets, online forums, enterprise social media, corporate social media, and other work-related systems and applications not only mediate organizational communication but also preserve it archived posts and messages. Such data objects have existed before, perhaps in more material forms, but in digital format, they can be accessed and processed in novel ways. Digital contexts, thus, require innovative new methods to capture and analyze new types of large and complex datasets.

In this workshop, we will discuss the uses, advantages, and difficulties of digital and computational methods for studying organizational communication. The combination of computational, digital and qualitative research is gaining popularity in social sciences. Moreover, there are strong claims that the computational approach would enable making sense of large digital communication datasets. While studies of organizational communication, examples of computational and digital analyses are still somewhat limited.

The workshop begins with an introductory presentation by the organizers followed by facilitated group discussion in the form of a *data session* to facilitate existing research ideas that utilize digital data. This workshop invites submissions of 150-300 words that describe their (existing or potential) digital data and initial research problem. For the workshop, participants are expected to also provide an excerpt of their data.

Social Organizing of Cross-Sector Innovation Groups

Antero Hirvensalo^a

^aTampere University

Innovation ecosystems and cross-sector partnerships are organizational forms needed for responding to systemic challenges like sustainability crises and strategic disruption (e.g. Selsky and Parker, 2005; Koschmann et al., 2012). Actors from businesses, academia, government, and civil society actors have requisite capabilities for creating systemic transformations, but simultaneously have different ontological and epistemic presuppositions that hinder participation.

The innovation ecosystems are fluid inter-organizational forms that come into being as a result of organizational becoming (Tsoukas and Chia 2002, Carlsen 2006) rather than intentional design. A typical feature for organizational becoming is also experimenting (Bojovic 2020). From this perspective organizations are viewed not as fixed entities, but as unfolding enactments that are constituted by microinteractions among actors, situated in their everyday work (Thomas et al. 2011).

In this study, we view a cross-sector partnerships as a social accomplishment and seek to explore empirically the co-creative microinteraction processes that give rise to the unfolding partnership group. The research focuses on group boundaries: how people enact, transcend and possibly problematize their group boundaries in the emerging partnership group.

In this data session, interaction data from meetings and social media platforms is presented to study an emergent partnership group. The data session aims at creating multidisciplinary insights from conversation analysis and computational methods to the study interaction data. The theoretical starting points include communication as constitutive for organization (McPhee & Zaug 2009) and ethnethodology and conversation analysis (Sacks 1995). In the data we seek how interaction reflects and reconstitutes a social group (e.g., Kitzinger 2005, Pomerantz & Mandelbaum 2004) and how computational methods can augment traditional CA analysis and vice versa.

Digitalisaatio ja tiedonvälittäjät työyhteisön viestinnän kehittämisesä

Mia Leppälä^a

^a Aalto-yliopiston kauppatieteiden korkeakoulu

Työntekijöiltä vaaditaan yhä enemmän etätyökykyä (Nurmi & Hinds, 2020; Nordbäck et al., 2021) ja valmiuksia uusien teknologioiden käyttöön (Leonardi et al., 2013; Jackowska & Lauring, 2021), etenkin tietotyöaloilla. Pandemia-aika on entisestään tuonut esille tietokonevälitteisen viestinnän ja etätyöskentelyn tarpeellisuuden, mutta samalla haasteet (Levin & Kurtzberg, 2020; Leonardi, 2020; Treem et al., 2020). Tutkimukseni avulla pyritään löytämään helpotusta digitalisaation tuomiin ongelmiin, kuten informaatioähkyn ja työyhteisön tiedonjakamisen ongelmiin sekä yhteisöllisyden vähennemiseen. Onnistunutta viestintää tarvitaan yrityksen olemassaolon sekä työntekijöiden viihtyvyyden turvaamiseen. Empiirinen aineistoni mahdollistaa tietokonevälitteisen viestinnän ja tietotyöläisten tiedonjakamisen tutkimisen poikkeuksellisen laajoissa verkostoissa. Sosiaalinen media ei ole vain huvitteluun käytetty viestintäkanava, vaan tärkeä viestintäväline työasioiden hoitamiseen. Tarkastelen tiedonjakamista (Treem, 2013; Von Krogh et al., 2000; Nonaka, 1994) ja organisaation rakenteiden muutoksia työyhteisöissä, joissa viestintävälineenä käytetään uusien teknologioiden mahdolistamia yhteistyöalustoja, joita nimitän sisäisen sosiaalisen median välineiksi (enterprise social media, Leonardi et al., 2013). Käytän tutkimukseni viitekehyskenä organisaatioviestinnän keskeistä teoriaa Communicative Constitution of Organization (CCO), jonka mukaan organisaatio muodostuu ja muokkaantuu viestinnässä, tekstien ja puheen välityksellä (Schoeneborn et al., 2018; Putnam & Nicotera, 2009). Tutkin tiedonvälittäjiä (Olejniczak et al., 2016) organisaation viestintäverkostoissa (Monge & Contractor, 2003). Tiedonvälittäjät ovat tärkeä osa työyhteisöä, koska he yhdistävät ihmisiä ja kehittävät yhteisöllisyyttä (Meyer, 2010; Pawlowski & Robey, 2004), ja näin ollen ylläpitävät muun muassa työhyvinvointia. Tutkimukseni antaa merkittävää uutta tietoa tiedonvälittäjien roolista organisaation virallisten ja epävirallisten rakenteiden muodostumisessa (Clement, 2018; Schreyögg & Sydow, 2010). Yleistyvä avoimen strategian käyttö (Whittington et al., 2017) sekä itseohjautuvuuden (Martela, 2019; Vaara et al., 2021) suosiminen asettavat vaatimuksia organisaatioiden viestintäraakenteille, jossa tiedonvälittäjillä on tärkeä rooli erilaisten ryhmien yhdistäjinä. Tutkimukseni päämenetelmänä on laadullinen analyysi, jota täydennetään määrällisillä menetelmillä, kuten aihemallinnus ja sosiaalinen verkostoanalyysi. Käytän tutkimuksessani useita menetelmiä saadakseni laajasta empiirisestä aineistosta mahdollisimman kattavan ymmärryksen.

Lähteet

- Clement, J., & Puranam, P. (2018). Searching for structure: Formal organization design as a guide to network evolution. *Management Science*, 64(8), 3879–3895.
- Jackowska, M., & Lauring, J. (2021). What are the effects of working away from the workplace compared to using technology while being at the workplace? Assessing work context and personal context in a global virtual setting. *Journal of International Management*, 27(1), 100826.
- Leonardi, P. M. (2020). COVID-19 and the new technologies of organizing: digital exhaust, digital footprints, and artificial intelligence in the wake of remote work. *Journal of Management Studies*.
- Leonardi, P. M., Huysman, M., & Steinfield, C. (2013). Enterprise social media: Definition, history, and prospects for the study of social technologies in organizations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(1), 1-19.
- Levin, D., & Kurtzberg, T. (2020). Sustaining employee networks in the virtual workplace. *MIT Sloan Management Review*.
- Martela, F. (2019). What makes self-managing organizations novel? Comparing how Weberian bureaucracy, Mintzberg's adhocracy, and self-organizing solve six fundamental problems of organizing. *Journal of Organization Design*, 8(1), 1-23.
- Meyer, M., (2010), "The Rise of the Knowledge Broker", *Science Communication* 32(1):118–27.

- Monge, P. R., Contractor, N. S., Contractor, P. S., Peter, R., & Noshir, S. (2003). *Theories of communication networks*. Oxford University Press, USA.
- Nurmi, N., & Hinds, P. J. (2020). Work Design for Global Professionals: Connectivity demands, connectivity behaviors, and their effects on psychological and behavioral outcomes. *Organization Studies*, 41(12), 1697-1724.
- Nonaka, Ikujiro, (1994), "A dynamic theory of organizational knowledge creation". *Organization Science* 5(1):14–37
- Nordbäck, E. S., Nurmi, N., Gibbs, J., Boyraz, M., & Logemann, M. K. (2021). The Vitality Paradox: Rising Tensions between Individual-and Team Coping during Forced Virtual Work. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2021, No. 1, p. 14314). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Olejniczak, K., Raimondo, E., & Kupiec, T. (2016), "Evaluation units as knowledge brokers: Testing and calibrating an innovative framework", *Evaluation*, 22(2), 168-189.
- Pawlowski, S. D., & Robey, D. (2004). Bridging User Organizations: Knowledge Brokering and the Work of Information Technology Professionals. *MIS Quarterly*, 28(4), 645–672. <https://doi.org/10.2307/25148658>
- Putnam, L. L., & Nicotera, A. M. (2009). *Building theories of organization: The constitutive role of communication*. Routledge.
- Schoeneborn, D., Kuhn, T. R., & Kärreman, D. (2018). The communicative constitution of organization, organizing, and organizationality. *Organization Studies*.
- Schreyögg, G., & Sydow, J. (2010). Crossroads—organizing for fluidity? Dilemmas of new organizational forms. *Organization science*, 21(6), 1251-1262.
- Treem, J. W. (2013). Technology use as a status cue: The influences of mundane and novel technologies on knowledge assessments in organizations. *Journal of Communication*, 63(6), 1032-1053.
- Treem, J. W., Leonardi, P. M., & van den Hooff, B. (2020). Computer-mediated communication in the age of communication visibility. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 44-59.
- Von Krogh, G., Ichijo, K., & Nonaka, I. (2000). Enabling knowledge creation: How to unlock the mystery of tacit knowledge and release the power of innovation. Oxford University Press on Demand.
- Vaara, E., Harju, A., Leppälä, M., & Buffart, M. (2021). *How to Successfully Scale a Flat Organization*. Harvard Business Review.
- Whittington, R., Hautz, J., & Seidl, D. (2017). Open strategy: Transparency and inclusion in strategy processes. *Long Range Planning*, 50(3), 297–426.

Twitter-debates Concerning Forest Issues and Values in Finland

Merja Porttikivi^a

^a Helsingin yliopisto

The purpose of this study is to contribute to a more nuanced understanding of the online discussion about forest issues, and the ways in which the different actors (e.g., corporations, officials, media) interact with regard to the environment and societal influence.

In the Finnish setting, forests are currently framed within the context of 'bioeconomy' (Finland and EU) - that is the ways in which bio-based products are a solution to moving further from fossil-based economy. Use of forests as such has not, however, changed; pulp, paper and a small amount of 'innovative' products are still the main end point of logging. The legitimization work related to this progress, and the reconciliation of contradictory values, is done on grass-root level. This discussion of the use and value of forests in social media is the focus of this paper.

Theoretically, the paper draws on the theories of environmental rhetoric and political economy. The method of the analysis is qualitative content analysis (with discursive-rhetorical emphasis). The aim is to find out how the participants are using their voices in order to make claims and arguments heard.

The empirical materials for the study were collected from Finnish Twitter around forest issues during 1.12.2020 - 30.4.2021. All the tweets including the word "forest" (metsä in Finnish) were collected from the Twitter API via Postman query. The results (16950 tweets in json-files) were organized into excel-categories by date and time sent, sender, reactions and the content.

TikTok and the Problem of (Meta)Data

Tanja Sihvonen^a

^aVaasan yliopisto

According to a recent meta-analysis of 58 scientific articles (Kanthawala et al., 2022), TikTok is currently studied primarily through content analysis as well as user behaviour and culture, effects of use, and the policies and governance of the platform. Although the affordances of the platform are innovative in many respects, research on it seems to rely on rather traditional methods and data collection. Furthermore, ethical implications of using TikTok data are hardly discussed in research as of yet.

If combined with its Chinese sister app, Douyin, the userbase of TikTok currently forms one the largest social networks globally. Since its global launch in 2018, the app has been downloaded over 3 billion times (Iqbal, 2023). There are many features that distinguish it from social media platforms, but from a data and methodology perspective, its reliance on the versatile tools and algorithmic curation of native content could be considered the most important ones. Whereas its novel functionalities (dueting, stitching, voiceover, filters, the use of music repository) and genres (dance videos, challenges, memes, commentaries, process videos, /toks) may seem like an exciting chance to witness the evolution of social media cultures, studying these swiftly mutating communicative phenomena presents serious data-related and methodological challenges.

This presentation will focus on data that was recently collected from the TikTok account of Yle Kioski, a branch of the Finnish public service broadcaster Yle that focuses on teenagers and young adults as their audience. The dataset is comprised of the 100 most recent posts of Yle Kioski (collected on 24 Dec 2022), and it includes about 80 categories of metadata associated with each post. The data was gathered using the free version of [TikTok Scraper](#), and it is presented to the workshop as an Excel file.

References

- Iqbal, M. (2023). TikTok Revenue and Usage Statistics (2023). *Business of Apps*, 9 January 2023. <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>
- Kanthawala, S., Cotter, K., Foyle, K., & DeCook, J. R. (2022). It's the Methodology For Me: A Systematic Review of Early Approaches to Studying TikTok. *Proceedings of the 55th Hawaii International Conference on System Sciences*, pp. 1-17. <https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/server/api/core/bitstreams/d2f247c1-0fe4-4c53-a956-0440f8d71346/content>



WORKSHOPS

Interfaces Between Cognitive Accessibility
and Technical Communication

Interfaces Between Cognitive Accessibility and Technical Communication

Organizers: Pia Karasjärvi (University of Vaasa) & Jenni Virtaluoto (University of Jyväskylä)

As a result of the Digital Services Act, there has been a growing interest in accessibility in Finland. Cognitive accessibility encompasses all levels of engagement with digital services: technical performance, usability, and understandability (Kervinen, 2021). As most web content is predominantly textual (Kalender et al., 2018), Easy Language is a crucial part of cognitive accessibility.

In the 2022 VAKKI symposium, we arranged a workshop focused on the users of Easy Language. In addition to Easy Language researchers, we also invited Technical Communication professionals to participate. After all, in technical communication we aim to provide the user with relevant information in an understandable format. The workshop combined these two seemingly separate fields in a new and inspiring way. In agreement with the participants, we decided to turn this workshop into an annual event open to anyone who is interested in these fields.

In the 2023 VAKKI symposium, we seek to continue exploring the interfaces between cognitive accessibility and technical communication. What similarities and differences can be identified between these two fields? Are cognitive accessibility guidelines similar to technical communication guidelines? How could these fields support each other in developing digital accessibility?

Interfaces between accessibility and technical communication have only been addressed in recent years (see e.g. Huntsman, 2021). We invite researchers from both research fields to our workshop. In addition to academic presentations, we encourage them to present data or research questions that we can use as a source of discussion during the workshop. We invite submissions of 150-300 words that describe their academic presentation, data, or research questions. The workshop will take place in Vaasa, but we can accommodate online presentations if necessary. We welcome presentations in Finnish, Swedish, English, and German.

References

- Huntsman, S. (2021). Addressing workplace accessibility practices through technical communication research methods: One size does not fit all. *IEEE Transactions on Professional Communication* 64 (3), 221-234.
- Kalender, M., Eren, M. T., Wu, Z., Cirakman, O., Kutluk, S., Gultekin, G., & Korkmaz, E. E. (2018). Videolization: Knowledge graph based automated video generation from web content. *Multimedia Tools and Applications*, 77(1), 567-595. doi:<https://doi.org.proxy.uwasa.fi/10.1007/s11042-016-4275-4>.
- Kervinen, M. (2021). Kielellinen saavutettavuus verkkopalveluissa. Seminaariesitelmä. Verkkoseminaari Ymmärrän 2021. <https://www.celia.fi/saavutettavuus/ymmarran/>.

Käyttöliittymän käytettävyyden kehittäminen kognitiivinen ergonomia huomioiden

Joni Hyppää^a & Laura Havinen^b

^aDanfoss & Vaasan yliopisto

^bVaasan yliopisto

Kognitiivisesti ihmisiä kuormittavat työolosuhteet voivat vaikuttaa merkittävästi tehtävien suorittamiseen, työntekijöiden suorituskykyyn ja tuottavuuteen sekä yleiseen hyvinvointiin (Couffe & Michael, 2017, s. 175–176; Elfering ja muut, 2015, s. 142–143; Kalakoski ja muut, 2020, s. 14). Siksi järjestelmiä suunnitellessa on tärkeää ottaa huomioon ihmisten tietojenkäsittelyn kyyt sekä niiden rajoitukset, jotta vältytään tuotantovirheiltä ja ihmisten liialliselta kuormitukselta.

Kognitiivisessa ergonomiassa tarkastellaan ihmisten ja järjestelmien vuorovaikutusta erityisesti ihmisten kognitiiviset prosessit huomioiden (International Ergonomics Association, n.d.). Kognitiivisen ergonomian avulla pyritään saavuttamaan tehtäväaikojen lyhentymistä, ihmisen tekemien virheiden vähentymistä, oppimisajan lyhentymistä, ihmisten parempaa tyytyväisyttä järjestelmää kohtaan, kognitiivisen kuorman keveyttä, stressin vältämistä ja suorituskyvyn parantamista (Cañas, 2008, s. 2631; Kaber ja muut, 2006, s. 2; Marchitto & Cañas, 2011, s. 268–269). Kognitiivisessa ergonomiassa pyritään siis kehittämään ihmiselle parempia, helposti omaksuttavia ja ymmärrettäviä käyttöliittymiä, joiden tavoitteena on taata parempi käytettävyyys (Rodrigues ja muut, 2012, s. 5684).

Työpajaesityksessämme esittelemme tutkimuksen, jossa järjestelmän käytettävyyttä kehitetään parantamalla sen kognitiivista ergonomiaa, ja avaamme tämän tutkimuksen pohjalta keskustelua työpajan kattoteemasta. Esityksemme pohjautuu Hyypän (2021) pro gradu -tutkimukseen "Kognitiivisen ergonomian avulla parempaan käytettävyyteen". Tutkimuksen tuloksena syntyi kognitiivisen ergonomian huomioiva suunnitteluohe, jota voidaan käyttää parantamaan käyttöliittymien käytettävyyttä. Tutkimus toteutettiin suunnittelutieteellisenä tutkimuksena kehittäen teknologiateollisuuden alan yrityksen järjestelmän käyttöliittymää. Tarkasteltavana järjestelmänä on kohdeyrityksen tuotantolinjalla käytössä oleva, yrityksen toiminnanohjausjärjestelmään liittyvä SAP Manufacturing Execution -järjestelmä. Esittemme työpajassa sekä suunnitteluoheen kehittämisperäisen että itse suunnitteluoheen.

Lähteet

- Cañas, J. (2008). Cognitive Ergonomics in Interface Development Evaluation. *Journal of Universal Computer Science*, 14(16), 2630–2649. <https://doi.org/10.3217/jucs-014-16-2630>
- Couffe, C. & Michael, G. A. (2017). Failures Due to Interruptions or Distractions: A Review and a New Framework. *American Journal of Psychology*, 130(2), 163–181. <https://doi.org/10.5406/amerjpsyc.130.2.0163>
- Elfering, A., Grebner, S. & Ebener, C. (2015). Workflow Interruptions, Cognitive Failure and Near-accidents in Health Care. *Psychology, Health & Medicine*, 20(2), 139–147. <https://doi.org/10.1080/13548506.2014.913796>
- Hyppää, J. (2021). *Kognitiivisen ergonomian avulla parempaan käytettävyyteen* [pro gradu -tutkielma, Vaasan yliopisto]. Osuva. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2021042713006>
- International Ergonomics Association (n.d.). What is Ergonomics (HFE)? Noudettu 10.12.2022 osoitteesta <https://iea.cc/what-is-ergonomics/>.
- Kaber, D., Segall, N., Green, R., Entzian, K. & Junginger, S. (2006). Using Multiple Cognitive Task Analysis Methods for Supervisory Control Interface Design in High-throughput Biological Screening Processes. *Cognition, Technology & Work*, 8(4), 237–252. <https://doi:10.1007/s10111-006-0029-9>
- Kalakoski, V., Selinheimo, S., Valtonen, T., Turunen, J., Käpykangas, S., Ylisassi, H., Toivio, P., Järnefelt, H., Hannonen, H. & Paajanen, T. (2020). Effects of a Cognitive Ergonomics Workplace Intervention (Co-gErg) on Cognitive Strain and Well-being: A Cluster-randomized Controlled Trial. A Study Proto-col. *BMC Psychology*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/10.1186/s40359-019-0349-1>
- Marchitto, M. & Cañas, J. J. (2011). User Experience as a Challenge for Cognitive Psychology and Ergonomics. *Human Technology*, 7(3), 268–280. <https://doi:10.17011/ht.urn.2011112211715>

Remote Usability Testing - Benefits and Limitations

Suvi Isohella^a

^aVaasan yliopisto

In today's rapidly changing and complex world where technology is advancing at an extremely rapid rate and global online access is a necessity, technical communication products and services take many forms being "a valuable part of virtually every industry" (Baehr, 2015, p. 105). At the same time, products and services are used by a variety of user groups, and usability and user experience have become increasingly important. Remote usability testing is a usability testing method where the user is in a different location to the person giving the test. It is a method widely utilized across industry. For international organizations with a global audience it is valuable since it allows researchers to reach individuals nationwide or worldwide in a cost-effective way. The global COVID-19 pandemic has shown the importance of the development of remote usability testing methods.

In this presentation, the concept of remote usability testing and related concepts is introduced and studied. First, concept analysis is conducted to provide a definition for the concept of remote usability testing. A graphical presentation tool, satellite model, is used to illustrate concept relations (Nuopponen, 1997). Then, based on a literature review, benefits and limitations of remote usability testing are discussed.

References

- Baehr, C. (2015). Complexities in Hybridization: Professional Identities and Relationships in Technical Communication. *Technical Communication*, 62, 104–117.
- Nuopponen, A. (1997). A model for systematic terminological analysis. In L. Lundquist & H. Picht & C. Quistgaard (Eds.), *LSP – Identity and Interface Research, Knowledge and Society*, 363–372. Copenhagen: Copenhagen Business School.

Kognitiivisen saavutettavuuden lähestymistavat – Approaches to Cognitive Accessibility

Pia Karasjärvi^a

^a Vaasan yliopisto

Tekstin selkeyttämiseen voi käyttää selkokielitä (Easy Language) tai selkeää yleiskielitä (Plain Language). Selkokielten ja selkeän yleiskielten katsotaan olevan kuitenkin osa samaa kieellistä jatku-moa, jossa selkeä yleiskieli edustaa vaikeampaa päätyä (Leskelä, 2019). Teknisessä viestinnässä taas käytetään selkeää yleiskieli tai jotakin selkeyttä edistävää kontrolloitua kieltä (Cleary 2021).

Tässä työpajan sessiossa osallistujat pääsevät suorittamaan pienien tehtävän, jossa tietty an-nettu teksti muutetaan selkeämäksi. Tehtävän suorittuaan jokainen osallistuja esittää oman ratkaisunsa, jonka jälkeen keskustelemme tuloksista yhdessä. Tarkoituksena on kerätä tietoa siitä, miten eri asiantuntijat lähestyvät tehtävää ja miin selkeyttämisen seikkoihin he kiinnittää huomiota. Tavoitteena on selvittää, miltä kognitiivinen saavutettavuus voi näyttää eri alojen näkökulmasta.

Sessioon tarvittava aika riippuu jonkin verran osallistujien määrästä, sillä jokainen osallistuja pääsee kertomaan omista valinnoista ja niiden perusteluista.

Lähteet

- Cleary, Y. (2021). *The Profession and Practice of Technical Communication*. Taylor & Francis.
Leskelä, L. (2019). *Selkokielti. Saavutettavan kielen opas*. Kehitysvammaliitto.



WORKSHOPS

Social Media Influencers and Politics -
New Research Avenues

Social Media Influencers and Politics – New Research Avenues

Organizers: Influpol research group; Elisa Kannasto (University of Applied Sciences), Salla-Maaria Laaksonen (Helsinki University), Essi Pöyry (Helsinki University) & Hanna Reinikainen (Jyväskylä University)

As societal discussion has stabilized its position in social media (Kannasto, 2021), those who are influential in different platforms have gotten a powerful position in public communication. In a hybrid media environment, different ways of influencing intertwine, creating so-called third spaces. These are principally non-political arenas where discussion may nevertheless turn political (Wright & Graham, 2016). For example, a lifestyle Instagram profile where suddenly a divisive socio-political issue is discussed.

Influencers, who are often attached with commercial content (Munnukka et al., 2019; Pöyry et al., 2019), now also participate in political discussion online by taking a stance and introducing political topics to their platforms (Larsson, 2021; Medina Serrano et al. 2020; Suuronen et al., 2021). In addition, ethics and values have become a significant part of the viability of the influencer business model. Influencers have also participated in politics as political candidates and benefited from their already established large follower bases. Thus, influencers as personas have become a lot more than just people creating entertaining lifestyle content. However, their significance and their profession still remains a topic of debate in the media and several influencers have expressed being undervalued as entrepreneurs or as civic actors.

Our workshop calls for contributions that discuss the role and significance of social media influencers in the society and in societal or political discussion. We welcome presentations and research proposals that connect with influencer research and, but not limited to, politics, ethics, values, social responsibility, audience engagement, platformization and mediatization, intimization and other social media influencer related work. We also encourage submissions related to the question of defining "influencers" in the field of political campaigning, agenda setting, and lobbying.

References

- Kannasto, E. (2021). "I am horrified by all kinds of persona worship!" Constructing Personal Brands of Politicians on Facebook. *Acta Wasaensia* 468. Väitöskirja. Vaasan yliopisto.
- Larsson, A. O. (2021). The rise of Instagram as a tool for political communication: A longitudinal study of European political parties and their followers. *New Media & Society*, 14614448211034158.
- Medina Serrano, J. C., Papakyriakopoulos, O., & Hegelich, S. (2020). Dancing to the partisan beat: a first analysis of political communication on TikTok. In *12th ACM Conference on Web Science* (pp. 257-266).
- Munnukka, J., Maity, D., Reinikainen, H., & Luoma-aho, V. (2019). "Thanks for watching". The effectiveness of YouTube vlogendorsements. *Computers in Human Behavior*, 93, 226-234.
- Pöyry, E., Pelkonen, M., Naumanen, E., & Laaksonen, S. M. (2019). A call for authenticity: Audience responses to social media influencer endorsements in strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 13(4), 3365351
- Suuronen, A., Reinikainen, H., Borchers, N. S., & Strandberg, K. (2021). When social media influencers go political: An exploratory analysis on the emergence of political topics among Finnish influencers. *Javnost – the Public*. <https://doi.org/10.1080/13183222.2021.1983367>
- Wright, S. & Graham, T. (2016). Third space, social media and everyday political talk. In Bruns, A., Enli, G., Skogerbo, E. Larsson, AO. & Christensen, C. (eds.) *The Routledge Companion to Social Media and Politics* (pp. 74–88). Routledge.

Social Media Influencers and the Stakeholder Politics of Corporate Responsibility

Meri Friga^a & Visa Penttilä^b

^a Hanken School of Economics

^b Hanken School of Economics

Social media influencers have become a part of corporate responsibility (CR) communication with the rise of social media platforms. Influencers collaborate with some corporations around the topics of CR (Smith et al. 2016; Chwialkowska 2019; Johnstone & Lindh 2018), for example by promoting products with an emphasis on environmental or societal responsibility. However, influencers can also play a role in raising questions and expectations for corporate conduct and building pressure towards corporations. Moreover, influencers are themselves critiqued by their followers and other influencers due to their collaborations that are sometimes perceived as greenwashing of corporate practices. This implies that influencers are involved in a form of politics around CR.

Previous research has pointed out how influencers operate as stakeholders (Cheng et al. 2021; Smith et al. 2018): rather than being just messengers for corporations, their characteristics and actions affect how corporations are seen among the followers. Influencers can potentially enable dialogue among organizations and their stakeholders as opposed to unidirectional corporate messaging (Glozer et al. 2019; Kent & Taylor 2016), which gives them a particular position among consumers. One way of approaching this role of influencers is through stakeholder politics (de Bakker & den Hond 2008, p. 8) that focuses on how "influence of stakeholders over firms is the temporary outcome of processes of action, reaction, and interaction among various parties."

In this study we are interested in exploring and conceptualizing the role of influencers in relation to CR with particular attention to the political implications of their roles: how they position themselves as actors who can influence how other stakeholders perceive corporations and how they themselves are positioned among other stakeholders. We intend to illustrate these processes with examples from Finnish stakeholder interactions in the context of corporate responsibility.

References

- Chwialkowska, A. (2019). How sustainability influencers drive green lifestyle adoption on social media: the process of green lifestyle adoption explained through the lenses of the minority influence model and social learning theory. *Management of Sustainable Development*, 11(1), 33-42.
- Cheng, Y., Chen, Y.-R. R., & Hung-Baesecke, C.-J. F. (2021). Social Media Influencers in CSR Endorsement: The Effect of Consumer Mimicry on CSR Behaviors and Consumer Relationships. *Social Science Computer Review*, 39(4), 744–761. <https://doi.org/10.1177/0894439320987184>
- de Bakker, F. G., & den Hond, F. (2008). Introducing the politics of stakeholder influence: A review essay. *Business & Society*, 47(1), 8-20.
- Glozer, S. , Caruana, R. , & Hibbert, S. A. (2019). The never-ending story: Discursive legitimization in social media dialogue. *Organization Studies*, 40(5), 625–650.
- Johnstone, L., & Lindh, C. (2018). The sustainability-age dilemma: A theory of (un)planned behaviour via influencers. *Journal of consumer behaviour*, 17(1), 127-139.
- Kent, M. L., & Taylor, M. (2016). From Homo Economicus to Homo Dialogicus: Rethinking social media use in CSR communication. *Public Relations Review*, 42(1), 60–67. 10.1016/j.pubrev.2015.11.003
- Smith, B. G., Kendall, M. C., Knighton, D., & Wright, T. (2018). Rise of the brand ambassador: Social stake, corporate social responsibility and influence among the social media influencers. *Communication Management Review*, 3(01), 6-29.

Influencer Relations Meets Investor Relations – Making Sense of “Influencer-investors” in the Context of Ethical Fashion

Heidi Hirsto^a & Cecilia Hjerpe^b

^aVaasan yliopisto

^bVaasan yliopisto

In contemporary networked society, organizations are constantly seeking new ways to address stakeholders and publics through digital media. Collaboration with social media influencers (SMIs) has become an established way of connecting with stakeholders that are difficult to reach through traditional communication channels (Enke & Borchers, 2019).

While business companies' collaboration with SMIs is typically considered a form of marketing targeted mainly at consumers, some recent studies have taken a broader strategic or public relations view on SMI communication (see Borchers & Enke, 2021). However, collaborations where companies engage with influencers as *investors*, or to reach (potential) investors, have thus far gained little attention.

In this paper, we study two cases where companies in the field of ethical fashion harness influencers as investors. Our aim is to shed light on investing-related collaborations as an emerging practice at the intersection of strategic SMI communication and investor relations. Through a discourse analysis of social media texts connected to the two cases, we study 1) how influencers make sense of investing in relation to ethical business, and 2) what functions this type of influencer communication fulfills from a strategic communication perspective.

Our analysis indicates, first, that influencers justify investing by drawing on both traditional financial discourses and on socio-ethical discourses. The latter focus on driving change in the fashion industry, making a “concrete” impact, and expressing one’s ethical self. These justifications resonate with trends in investing such as socially responsible and impact investing, and the collective ethos of crowdfunding (Lehner et al. 2019). Second, investing-related influencer collaboration is related to both consumer marketing and IR, and these are closely intertwined. Reflections on becoming a shareholder in ethical fashion are tied to the perceived social responsibility of the companies, thus intersecting also with their CSR communication.

References

- Borchers, N. S., & Enke, N. (2021). Managing strategic influencer communication: A systematic overview on emerging planning, organization, and controlling routines. *Public Relations Review*, 47(3), 102041.
- Enke, N. & Borchers, N. S. (2019). Social Media Influencers in Strategic Communication: A Conceptual Framework for Strategic Social Media Influencer Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 13(4), 261–277.
- Lehner, O. M., Harrer, T. & Quast, M. (2019). Building institutional legitimacy in impact investing: Strategies and gaps in financial communication and discourse. *Journal of Applied Accounting Research* 20(4), 416–438.

Uudet mielipidevaikuttajat sosiaalisessa mediassa

Sanna Malinen^a

^aTurun yliopisto

Sosiaalinen media on laajentanut mielipidejohtajuuden edellytyksiä julkisessa keskustelussa myös perinteisten instituutioiden ulkopuolisille toimijolle (Casero-Ripollés, 2020). Kaupalliset sosiaalisen median vaikuttajat ovat tunnetuin esimerkki siitä, miten sosiaalisen median näkyvyys on nykypäivänä mahdollista käantää muiksi resursseiksi, kuten rahaksi tai vallaksi. Sosiaalisen median vaikuttajien merkitys tämän päivän mielipidejohtajina on kasvanut ja heillä on valtaa vaikuttaa etenkin nuorten käyttäytymiseen kulutusvalintojen lisäksi myös muilla elämäalueilla (de Castro ym., 2021). Viime aikoina kaupalliset sosiaalisen median vaikuttajat ovat siirtyneet viestimään myös vakavammista yhteiskunnallisista ja poliittista aiheista (esim. Riedl ym., 2021). Myös yleisö voi omalla osallistumisellaan politisoida alun perin epäpoliittiseksi tarkoitettun sisälön (Arnesson, 2022). Näin alun perin epäpoliittisiksi mielletystä vaikuttajien tuottamista digitaalisista keskustelutiloista on tullut tänä päivänä merkittäviä poliittisen mielipidevaikuttamisen tiloja.

Sosiaalisen median vaikuttajille tyypillisen poliittisen viestinnän on havaittu olevan viihteellistä, tunnereaktioita korostavaa sekä luonteeltaan subjektiivista, jolloin viestinnässä korostuvat erityisesti oma näkökulma, henkilökohtaiset kokemukset sekä yksittäiset tapahtumat sen sijaan, että pyrkimyksenä olisi yleinen ja tasapuolin kerronta (esim. Fischer ym., 2022). Tämä esitys pohtiikin, miten uudet mielipidevaikuttajat haastavat perinteistä poliittista kenttää ja millaisia laajempia seurauksia vaikuttajille ominaisen viestintätyylin yleistymisellä voi olla julkiselle politiselle keskustelulle, sen aiheille sekä keskustelussa muodostuville poliittisille jakolinoille.

Tässä alustuksessa esittelen suunnitteilla olevaa hankettamme "Uudet mielipidevaikuttajat sosiaalisessa mediassa" ja sen lähtökohtia. Tavoitteemme on selvittää, keitää ovat tämän päivän sosiaalisen median mielipidevaikuttajat, millaisista aiheista he viestivät sekä miten he limittyvät osaksi tämänhetkistä suomalaista poliittista ja viestinnällistä kenttää. Tutkimuksemme kohdeena ei ole niinkään poliitikkojen ja perinteisten asiantuntijoiden sosiaalisen median viestintä tai sen sisällöt. Pikemminkin pyrimme tunnistamaan uusia mielipidevaikuttajia, jotka tulevat perinteisten instituutioiden ja valta-asemien ulkopuolelta mutta ovat saavuttaneet sosiaalisessa mediassa näkyvän aseman.

Lähteet

- Arnesson, J. (2022). 'Endorsing a dictatorship and getting paid for it': Discursive struggles over intimacy and authenticity in the politicisation of influencer collaborations. *New media & society*, 14614448211064302.
- Casero-Ripollés, A. (2020). Political influencers in the digital public sphere. *Communication & Society*, 33(2), 171-173.
- de Castro, C. A., O'Reilly, I., & Carthy, A. (2021). Social Media Influencers (SMIs) in Context: A Literature Review. *Journal of Marketing Management*, 9(2), 59-71.
- Fischer, T. S., Kolo, C., & Mothes, C. (2022). Political Influencers on YouTube: Business Strategies and Content Characteristics. *Media and Communication*, 10(1), 259-271.

Social Media Influencers in Politics Beyond the “Western World”

Nuppu Pelevina^a

^a University of Helsinki

Social media influencers' role in politics has increased steadily during the past decade. The Russian invasion in Ukraine in February was called the first TikTok war (Stokel-Walker, 2022). Ukrainian influencers took a central role in spreading information from the war zones and helping to win the hearts and minds of people outside Ukraine. Some Russian influencers were commissioned to spread the state propaganda (Gilbert, 2022), while many others used their popularity to counter the Kremlin narratives.

Influencers' star power has been harnessed by states and non-governmental organizations for spreading information on issues such as health care (Pöyry et al., 2022), as well as state propaganda (Ryan et al., 2022). Like traditional celebrities, influencers promote humanitarian causes and endorse political candidates during election time (e.g., Alves, 2022). Many influencers also spontaneously address political and social issues (Riedl et al., 2021; Suuronen et al., 2022). Influencers seem to address especially topics related to so-called lifestyle politics, gender and sexuality, environmental questions, and racial discrimination.

Influencers are a diverse group of professionals, many of whom migrate between mainstream media and social media platforms. In hybrid media systems, hybrid identities emerge such as journalist-influencer, activist-influencer or political social media influencer (e.g., Peres-Neto, 2022, De Gregorio & Goanta, 2022). The roles of influencers in politics, and the topics they address, vary in different social and political contexts. The aim of this study is to compare influencers' role in politics beyond the traditional western countries and liberal democracies (Abidin, 2021). Focusing on Instagram and YouTube, this presentation studies how social media influencers address social and political issues in three different countries: Brazil, Russia and Finland. The presentation asks what kind of issues the influencers address and how they express their opinions. The study also addresses the challenges and possibilities of comparative studies of influencers' political participation.

References

- Abidin, C. (2021). From “networked publics” to “refracted publics”: A companion framework for researching “below the radar” studies. *Social Media+ Society*, 7(1). doi: 10.1177/2056305120984458
- Alves, T. (2022) Bolsonaro, Lula garner support from celebrities in final stretch of Brazil's election. Brazil reports. October 28, 2022. Available at: <https://brazilreports.com/bolsonaro-lula-garner-support-from-celebrities-in-final-stretch-of-brazils-election/3052/>
- De Gregorio, G. & Goanta, C. (2022). The Influencer Republic: Monetizing Political Speech on Social Media. *German Law Journal*, 23(2), 204–225. doi: 10.1017/glj.2022.15
- Gilbert, D. (2022). Russian TikTok Influencers Are Being Paid to Spread Kremlin Propaganda. Vice News. Available at: <https://www.vice.com/en/article/epxken/russian-tiktok-influencers-paid-propaganda>
- Peres-Neto, L. (2022). Journalist-Twitterers as Political Influencers in Brazil: Narratives and Disputes Towards a New Intermediary Model. *Media and Communication*, 10(3), 28-38.
- Pöyry, E., Reinikainen, H. & Luoma-Aho, V. (2022) The Role of Social Media Influencers in Public Health Communication: Case COVID-19 Pandemic. *International Journal of Strategic Communication*, 16(3), 469-484, doi: 10.1080/1553118X.2022.2042694
- Riedl, M., Schwemmer, C., Ziewiecki, S., & Ross, L. M. (2021). The rise of political influencers—perspectives on a Trend towards meaningful content. *Frontiers in Communication*, 247.
- Ryan, F., Impiombato, D. & Pai, H-T (2022). Frontier influencers: the new face of China's propaganda. ASPI International Cyber Policy Centre. Policy Brief Report No. 65/2022. Available at: <https://www.aspi.org.au/report/frontier-influencers>
- Suuronen, A., Reinikainen, H., Borchers, N. S., & Strandberg, K. (2022). When social media influencers go political: An exploratory analysis on the emergence of political topics among Finnish influencers. *Javnost-The Public*, 29(3), 301-317. doi: 10.1080/13183222.2021.1983367

Social Media Influence and Mainstream Political Visibility: The Case of Lizzo

Susanna Rönn^a

^aVaasan yliopisto

This workshop presentation focuses on the social and mainstream media activities of the American singer and rapper Lizzo, who achieved major success with her 2019 album *Cuz I Love You*. Since then, she has become a recognized role model. As a fat black woman and an LGBTQ+ ally, she is considered a supporter of body positivity, racial justice, and queer pride – topics she actively advocates for on her Instagram and TikTok accounts. Lizzo has 13 million and 26 million followers on Instagram and TikTok, respectively. One of the trending hashtags related to her, #LizzosBigGrrrls, has nearly eight billions views on TikTok. Her social media presence appears both authentic and stylistically congruent, which Pöyry et al. (2019, p. 346) identify as characteristic of popular social media influencers. Furthermore, it is structured around commercialism and celebrity – other aspects that define such influencership (Poell et al., 2022, p. 136). In addition to her music, her social media content focuses on dance, fashion, food, humor, and modeling for her shapewear brand Yitty. Although research (e.g., Boerman et al., 2017) indicates that explicit brand connections cause follower distrust, Lizzo's pre-influencer celebrity may have mitigated this. Importantly, she also utilizes her celebrity by expressing her political stance in her public appearances. Consequently, the proposed workshop focuses on Lizzo's political utilization of her celebrity influencership in her social media content and public appearances. The workshop is expected to give rise to discussing the potential to transform social media influence into mainstream political visibility and influence.

Keywords: body positivity, fat acceptance, social media, influencer, female musician, politics

References

- Boerman, S. C., Willemsen, L. M., & van der Aa, E. P. (2017). "This post is sponsored": Effects of sponsorship disclosure on persuasion knowledge and electronic word of mouth in the context of Facebook. *Journal of Interactive Marketing*, 38, 82–92. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2016.12.002>
- Poell, T., Nieborg D., & Duffy B. E. (2022). *Platforms and Cultural Production*. Polity. ISBN: 978-1-5095-4051-8.
- Pöyry, E., Pelkonen, M., Naumanen, E., & Laaksonen, S. M. (2019). A call for authenticity: Audience responses to social media influencer endorsements in strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 13(4), <https://doi.org/10.1080/1553118X.2019.1609965>