

Dahl Rita

Vaikuttavan kirjoittamisen koulutus: retoriikka, tarinallisuus, monilukutaito sosiaalisen median tekstien terästäjänä

Opinnäytetyö

Journalismin koulutusohjelma

2018



<b>Tekijä(t)</b>	
Tina Rita Harriet Dahl	
<b>Koulutusohjelma</b>	
<b>Journalismi</b>	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b>	<b>Sivu- ja liite-sivumäärä</b>
Vaikuttavan kirjoittamisen koulutus: retoriikka, tarinallisuus ja monilukutaito sosiaalisen median tekstien terästäjänä	75+ 26
<p>Kehitystyössäni olen kehittänyt vaikuttavan kirjoittamisen koulutusta. Kehitysmenetelmänä olen käyttänyt uuden tuotteen kehittämiseen soveltuvaa konstruktivistista tutkimusta. Tutkimuskysymykseni kuuluivat: <i>millainen on monilukutaidon huomioiva vaikuttavan kirjoittamisen koulutus, joka huomioi mahdollisimman hyvin kohderyhmän tarpeet? Miltä näyttää kurssikuvaus?</i></p> <p>Teoriapohjani on yhdistelmä uusinta uutta kirjoittamista ja monilukutaitoa esittelevää tutkimusta ja käytännöllistä puhetaidon opetusta. Monilukutaidon käsitteenmäärittely ja tietopohja on Outi Kallionpään tuoreesta väitöskirjasta Uuden kirjoittamisen opetus – osallistavaa luovuutta verkossa. Retoriikan ja puhetaidon oppeja ammennan Juhana Torkin käytännönläheisistä kirjoista ja Juhana Blomstedtin Retoriikkaa epäilijöille -kirjasta. Tarinallisuutta ja tarinallista palvelumuotoilua koskeva osuus on Anne Kalliomäeltä.</p> <p>Aineiston olen hankkinut haastattelemalla lehtikirjoittamisen kurssilleni osallistuneita, kahta mahdollista ostajaa, Juhana Torkkia ja benchmarkkaamalla. Benchmarkingin olen tehnyt vaikuttavaa kirjoittamista tarjoavan Helsingin yliopiston kielikeskuksen äidinkielen opettajan Kimmo Svinhufvudin ja sosiaalisessa mediassa kirjoittamista opettavan Anja Alasillan kanssa. Aineiston olen analysoinut kvalitatiivisen sisällönanalyysin menetelmällä, klusterianalyysillä. Niiden ja NABC-analyysin avulla olen kehittänyt tuotteen. Pilotteja pidin kaksi.</p> <p>Lopputuotteena on syntynyt monikanavaisiin sosiaalisen median teksteihin keskittyvä vaikuttavan kirjoittamisen koulutus.</p>	
konstruktioivinen menetelmä, monilukutaito, retoriikka, retoriikan keinot, tarinallisuus, tarinallinen palvelumuotoilu, vaikuttava kirjoittaminen, uusi kirjoittaminen, sosiaalisen median monikanavaiset tekstit	

Sisällys	
1 Johdanto	1
1.1 Keskeiset käsitteet	8
2. Teoriatausta	13
2.1 Yhteiskunnallinen konteksti: työn murros ja tietoähky	13
2.2 Uuden kirjoittamisen opetus ja uudet luku- ja kirjoitustaidot	14
2.3 Käytännön puhetaitoa tai -kirjoitustaitoa: retoriikka vaikuttamisen välineenä	17
2.2.1 Retoriset keinot	19
2.3 Tarinallisuus ja hyvät henkilöhahmot vaikuttavan kirjoittamisen työkalupakkina	21
2.4 Tulevaisuuden kirjoittaminen	24
2.5 Opetuksen kehittäminen	26
3. Tutkimuskysymykset-, aineisto -ja -menetelmät	28
3.1 Konstruktivistisella menetelmällä kohti parempaa tuotetta	28
3.2 Uuden tuotteen suunnittelu	30
3.2.1 NABC-analyysi auttaa terästäämään tuotteen	31
3.3 Aineiston hankinta – puolistrukturoitu haastattelu tärkein menetelmä	32
3.3.1 Benchmarking – parhaita käytäntöjä etsimässä	34
3.3.2 Kyselytutkimuksella täydentävää tietoa	34
3.3.3. Havainnointi	35
3.4 Aineiston hankinta ja analyysi	36
3.5 Aineiston analyysi kvalitatiivisella sisällönanalyysillä	39
4. Empiirinen osuus	41

4.1 Lehtikirjoittamisen kurssien palaute: workshop-henkinen toteutus kannusti edistämään omaa projektia	41
4.1.2 Kehitysehdotuksia: aikataulutus, rakenne	44
4.2 Haastattelu: Torkki haluaa saada muutoksen ihmisten elämään	46
4.3 Benchmarking: vaikuttavan kirjoittamisen sisältö	48
4.3.1 Benchmarking 2: sosiaalinen media edellyttää toisenlaista kirjoittamista	50
4.4 Mahdolliset ostajat: humanitääriset järjestöt ja puolueet	52
4.5 Kirjoittajat toivoivat sisältöjä moniin tarkoituksiin	53
4.5 Sisällönanalyysin koonti	55
4.6. NABC-analyysi kartoitusvaiheessa	57
4.7. Pilotti 1: kokemuksia ja palautetta	59
5. Tuotekehitystä: tuote 2, pilotti 2	62
5.1 5.1 NABC-analyysi vaikuttavan sosiaalisen median koulutuksesta	63
5.2 Pilotti 2: vaikuttava sosiaalisen median monikanavainen koulutus	64
5.3 Lopullinen kurssikuvaus perusteluineen	67
6. Päättäntö	69
6.1 Markkinoinnin haasteellisuus	71
6.2 Prosessin ja oman oppimisen arviointia	71
Lähteet	74
Liitteet	81
Liite 1. Kyselytutkimukset 1 & 2.	83
Liite 2. Pilottien 1 & 2 tehtävät.	87
Liite 3. Pilotti 2:n diat.	92
Liite 4. Pilotti 1:n diat.	105

# 1 Johdanto

Kehittämistyöni tavoite on uuden vaikuttavan kirjoittamisen koulutuksen kehittäminen ammatikseen kirjoittaville tai yhteiskunnallisesti valveutuneille henkilöille. Olen todennut tarpeen etsimällä Googlesta hakusanoilla ”vaikuttava kirjoittaminen” ja ”vaikuttavat some-tekstit”. Tällä nimellä löytyy kymmeneltä ensimmäiseltä hakusivulta vaikuttavaa verkkokirjoittamista (Differo), vaikuttavan puheen opetusta (HAUS) ja vaikuttavaa kaunokirjoittamista (Nuoren Voiman Liitto).

Vaikuttavia sosiaalisen median tekstejä tarjoavat useatkin kouluttajat, heidän joukossaan Anja Alasilta (<https://www.scriptio.fi/kirjoituskoulutus/someteksti/>). Retoriikkaa ja vaikuttavan puhetaidon opetusta tarjoavat Juhana Torkki ja Antti Mustakallio. Viestintä-Piritta tarjoaa vaikuttavan sosiaalisen median koulutusta järjestöille ja yrityksille. Piritan lähtökohdat ovat Alasiltaa laajemmat; viestintäkampanjoiden luominen. Sosiaalisen median tekstien koulutuksia tarjoavat myös jotkut opistot.

Miksi haluan kehittää uuden koulutuksen? Yksi syy on karu ja välillisesti työn murrokseen ja toimeentuloon liittyvä. Monen vapaan toimittajan työ on muuttunut harrastusluonteiseksi vuonna 2008 alkaneesta globaalista talouskriisistä lähtien. Kriisiytyminen liittyy laajempaan median murrokseen ja lehtien ansaintalogiikan muutokseen. Kuulun itse molemmista kriiseistä kärsijöihin. Kriisiytyminen tarkoittaa, että toimittajien ja ammattikirjoittajien on jatkuvasti pakko ottaa haltuun uusia mediataitoja ja kurkotettava perinteisen osaamisalueensa ulkopuolelle.

Olen taustaltani ammattikirjoittaja, joka hankkii jatkuvasti lisää taitoja uusissa genereissä. Olen tehnyt vapaan toimittajan töitä 20 vuoden ajan. Kirjailijana olen toiminut 13 vuoden ajan. Olen julkaissut tietokirjoja, runokirjoja ja yhden lyhytproosateoksen sekä käännöksiä ja toimitettuja teoksia. Olen kustannustoimittanut pari isoa kirjaa. Viime vuosina olen käsikirjoittanut sarjakuvaa. Lisäksi kirjoitan kamarioopperan librettoa. Tilanteeni kuvastaa muiden ammattikirjoittajien tilannetta.

Olen toiminut viestinnän alan yrittäjänä ilman toiminimeä 2000-luvun lopulla muutamman vuoden ajan. Toiminimiyrittäjäksi ryhdyin toukokuun 2017 alussa, kun minulle myönnettiin starttiraha ensin puoleksi vuodeksi ja sitten koko vuodeksi. Tuotepaletisani yrittäjänä ovat kaikki tuotteet, joita olen aiemmin tarjonnut artikkeleista kokonai-

siin kirjoihin. Rinnalle ovat vuoden 2017 alusta lähtien nousseet uudet koulutustuotteeni: lehtikirjoittaminen ja tutkiva kirjoittaminen. Toiminimeni internetsivut löytyvät osoitteesta [www.vaikuttavasana.wordpress.com](http://www.vaikuttavasana.wordpress.com).

Kouluttajana minulla on lyhyempi kokemus. Olen kouluttanut lehtikirjoittamisessa ja tutkivassa journalismissa vuoden 2017 alusta lähtien. Ostajiani ovat olleet Espoon työväenopisto, Kriittinen korkeakoulu ja Helsingin aikuisopisto. Koulutukseni ovat olleet tarjolla myös Vantaan työväenopistossa ja Työväen Sivustysliitossa, mutta ilmoittautuneita ei ole tullut tarpeeksi. Olen myös sparrannut muutamia kirjoittajia Skype'n avulla vuoden 2017 aikana.

Kehitystyölläni laajennan koulutuksen alan "tuoteperhettäni" uuteen suuntaan: ammattikirjoittajille suunnattuun kirjoittajakoulutukseen. Kehitystyöni tuo minulle myös kokemuksen koulutuksen suunnittelusta alusta loppuun. Tiedostan jo työn alkaessa, että uusi koulutus ei tule ratkaisemaan toimeentulon ongelmaani lopullisesti. Se toimii eräänlaisena laastarina.

Vaikuttavan kirjoittamisen koulutuksen tarve liittyy megatrendeistä infoähkyyn ja työn murrokseen. Infoähky lisää monilukutaidon merkitystä: tekstejä on osattava tulkita, lukea ja tuottaa erilaisissa julkaisukonteksteissaan. Tätä tarvetta lisää edelleen medioituminen: median tunkeutuminen koko yhteiskuntaan. (Ampuja & Koivisto & Väliverronen 2014, 27). Infoähky lisää kaiken kaikkiaan tarvetta tuottaa vakuuttavampia tekstejä, jotka erottuvat massan joukosta. Tämä tarve korostuu sosiaalisessa mediassa, joka on täynnä merkityksettömiä tekstejä.

Työn murros on koetellut luovaa luokkaa, johon kuulun, jo vuosikymmenien ajan. Uuden ja luovan työn murrosta kirjoissaan analysoinut Richard Florida on todennut luovan luokan ja työn muuttuneen 2000-luvun dogmiksi. Florida esitteli kirjassaan *The Rise of the Creative Class* (2011) luovan talouden ja luokan nousun. Työn muutoksen aikakaudella luovuudesta ja innovoinnista on tullut tietotyöläisille 2000-luvun uusia "dogmeja", joiden avulla yritetään ymmärtää monimutkaisia haasteita. Muita 2000-luvun työelämää kuvaavia sanoja ovat luova talous, tietotalous, yrittäjyys ja yrittäjäyhteiskunta. (Araya & Peters 2010, xix).

Luovan talouden hallitsemassa maailmassa on kysyntää kirjoittamiselle, jolla erotaudutaan joukosta ja jolla vaikutetaan. Vaikuttavan kirjoittamisen koulutuksen tietopohjana käytän retoriikan, tarinallisuuden ja uuden kirjoittamisen sekä monilukutaidon käsitteitä ja työkaluja.

Alussa minulla oli hypoteesi koulutuksen sisällöstä. Olin ajatellut etsiä sisällön politiikan lähihistorian teksteistä.

Perustelin valintaani seuraavasti: politiikan tekstit ovat erityisesimerkki vaikuttavasta tekstistä, jolla pyritään voittamaan vaalit. Poliitiikan kieli pyrkii tekemään itsestään muiden poliittisten kilpakumppanien puhetapaa suositumman; siksi sen voi sanoa olevan erityisen vaikuttavaa kirjoittamista. Lisäksi poliittiset tekstit ovat Aristoteleen mukaan yksi retorisen tekstin tyyppi. Siksi ennakkohypoteesini oli rajata koulutus poliittisiin puheisiin ja teksteihin.

Työni palvelee muita media-alan yrittäjiä ja itsensä työllistäjiä. Se antaa eväitä kirjoittamista ja lukemista sivuavien tuotteiden ja palveluiden ideointiin ja kehittämiseen. Kehitystyöni auttaa tarjoamaan ratkaisun suureen tulevaisuuden trendiin: kirjoittajataitojen tarpeeseen erilaisissa (asiantuntija)tehtävissä. Annan myös eväitä toisen megatrendin eli media- ja monilukutaidon tärkeyden lisääntymiseen.

Tutkimuskysymykseni kuuluivat: *millainen on monilukutaidon huomioiva vaikuttavan kirjoittamisen koulutus, joka huomioi mahdollisimman hyvin kohderyhmän tarpeet? Miltä näyttää kurssikuvaus?*

Kehitystyöni rakenne on seuraava. Luvussa kaksi esittelen työn kontekstin, kerron työn rajauksesta ja avaam keskeisen tietosisällön: retoriikasta ja tarinallisuudesta ammentamani työkalupakin ja monilukutaidon. Monilukutaidon lisäksi haen työkaluja Juhana Torkin retoriikkaa ja puhetaitoa käsittelevistä kirjoista. Tarinallisuutta koskevassa osuudessa hyödynnän Anders Vacklinin ajatuksia henkilöahmosta elokuvassa sekä Anne Kalliomäen tarinallisuutta tai tarinallista palvelumuotoilua.

Luvussa kolme käsittelen uuden tuotteen kehittämiseen sopivan konstruktiiivisen menetelmän, aineistonhankintapani teemahaastattelun, kyselyn, benchmarkingin ja analyysimetodini kvalitatiivisen sisällönanalyysin. Tutkimusmenetelmänäni on konstruktiiivinen menetelmä, jonka avulla paikannan ongelman. Sitten kartoitan lähtötilanteeni ja hankin empiirisen aineistoa ja luon sen ja tietopohjan perusteella uuden tuotteeni.

Luvussa neljä esittelen empiirisen aineistoni: haastatteluiden, survey-kyselyn, haastatteluiden ja benchmarkingin avulla tekemäni alkukartoituksen ja tuotteen kehittämisen. Puolistrukturoituja teemahaastatteluita olen tehnyt lehtikirjoittamisen kursseilleni osallistuneille ja yhdelle benchmarkattavalle ja haastateltavalle. Benchmarkkauksen ja haastattelun kohteena on vaikuttavan kirjoituksen koulutusta tarjoava FT,

äidinkielen opettaja Kimmo Svinhufvud ja sosiaalisen median kirjoittamista opettava Anja Alasilta. Haastattelun olen tehnyt puhetaidon opettaja Juhana Torkin kanssa. Teema- ja puolistrukturoimattomat haastattelut sekä muodostavat kehityshankkeeni empiirisen aineiston. Haastattelin lyhyesti kahta mahdolliseen ostajakohderyhmääni kuuluvaa eli Vihreiden puoluesihteerä ja Suomen Pakolaisavun tiedottajaa.

Tuotetta kehittäessä apunani on NABC-analyysi tietopohjan ja empiirisen aineiston lisäksi. Vaikuttavan kirjoittamisen koulutus on pilotoitu Kriittisessä korkeakoulussa helmikuussa 2018. Kurssilaisilta kerättiin lyhyt palaute. Tämän pohjalta olen tehnyt pilotoinnin 2 lähes uudella tuotteella ja myös uuden NABC-analyysin.

Luvussa viisi esitän pilotointi 2:n tulokset ja luvussa kuusi johtopäätökset ja vastauksen alussa esittämiini tutkimuskysymyksiin. Päätöksessä esitän myös reflektiota kehitystyön onnistumisista ja epäonnistumisista.

### **1.1 Keskeiset käsitteet**

Hyödynnän työssäni monilukutaidon käsitettä. *Monilukutaidon* käsite on seurausta digitalisaatiosta ja globalisaatiosta. Digitalisaatio vaikuttaa yksittäisen yrityksen tasolta yhteiskunnalliselle tasolle; yrityksen tasolla se koskee kaikkia toimintoja; se vaikuttaa kaikkeen strategiasta tuotteistamiseen. Yhteiskunnan digitalisaatio vaikuttaa myös työvoiman tarpeen muutokseen (Ilmarinen & Koskela 2015, 25-26). Monilukutaidon käsitteen 1990-luvulla esitelleen New London Groupin mukaan tekstiä koostetaan multimodaalisen suunnittelun avulla, jolloin eri moodit (teksti, ääni, kuva, kirjaimet) muodostavat moninaisia merkityksiä. (Kallionpää 2017, 47). Luukka (2013) on määritellyt monilukutaidon ”tekstuaalisten käytänteiden hallinnaksi, johon kuuluu taito käyttää, tulkita ja tuottaa monimodaalisia tekstejä erilaisissa monimediaisissa, tilanne- ja kulttuurisidonnaisissa toimintaympäristöissä tiedollisia ja sosiaalisia tarpeita varten. (Kallionpää 2017, 50.)

Monilukutaito on kehitystyössäni selkokielisesti ilmaistuna entistä parempaa taitoa tulkita, tuottaa ja lukea tekstejä monissa kulttuurikonteksteissa hyödyntäen kaikkia media-alustoja (ääni, kuva, kirjaimet). Monilukutaito ottaa myös entistä paremmin huomioon koulutukseen osallistuvien taustan. Se juhlistaa sosiokulttuurista moniarvoisuutta (Kallionpää 2017, 47.)

Internet luokitellaan osaksi uutta mediaa, ja uusi media on osa jatkumoa, jonka aiempia tasoja ovat olleet puhe, kirjoitus, piirustus, maalaus, valokuvaus, lennätin, puhelin, elokuva, radio ja televisio (Lister & co 2003, 46). Web 2.0 oli varhaisia nimityksiä internetille. Internetiä kutsuttiin myös short attention span theatreksi eli lyhytjännitteisten teatteriksi. (Koski 1997, 27). Lev Manovichin (2001, 25) mukaan uusi media tarkoittaa mitä tahansa



”ohjelmoitavia medioita”, jotka on muunnettu digitaalisiksi sisällöiksi. Uutta mediaa voi määrittää myös käsitteillä hypertekstuaalisuus, virtuaalisuus ja hajaantuminen. Välineen lisäksi verkko voidaan nähdä yhteiskunnallisena tilana, jossa keskustelemme toisten ihmisten kanssa, pelaamme pelejä, asioimme virastossa jne. (Aula, Matikainen & Villi 2008, 11).

Sosiaalinen eli yhteisöllinen media tarkoittaa internetin yhteisöllisiä alustoja, joihin rekisteröitymällä saa oman tilin. Tärkeimpiä näistä ovat Facebook, yritysten suosimat Twitter ja rekrytinnissa tärkeä LinkedIn, blogit ja Instagram sekä monet muut alustat. Sosiaalisen median historialliset juuret ovat Web 2.0:ssa ja Manuel Castellsin verkostoissa, jotka hän kehitti Information Age -kirjassaan 1990-luvun lopulla. Meikle ehdottaa sosiaalisen median määritelmäksi, että kyse on verkostoituneista digitaalisista alustoista, jotka yhdistävät julkisen yksityiseen tietoon. (Meikle 2016, 6, 9.)

Kehitystyössäni käsitän sosiaalisen median internetin yhteisölliseksi alustaksi, jossa julkinen yhdistyy yksityiseen. Monikanavainen sosiaalinen media tarkoittaa kehitystyössäni internetin sosiaalisia, yhteisöllisiä palveluja, jotka edellyttävät rekisteröitymistä. Näihin kuuluvat tärkeimpinä Facebook, Twitter, LinkedIn ja Instagram.

Kehitystyössäni on syytä määritellä myös blogi. Ensimmäiset blogit 1990-luvulla olivat webblogeja, verkkopäiväkirjoja. Niissä ihmiset kertoivat harrastuksistaan ja lemmikeistään. Vuosituhannen vaihteessa blogeista tuli julkaisualustoja jonkin erityisaiheen esittelylle. Yrityksille ne tarjosivat mahdollisuuden julkaista säännöllisesti sisältöä, making of -tyylisiä tarinoita ja väylän avaintiimeille tai -henkilöille julkaista tarinoita. Menestyvän yritysblogin ensisijainen tavoite ei saa olla myynnin kasvattaminen. (Forsgård & Frey, 2010, 66-67.) Blogosfääriksi kutsutaan blogien muodostamaa yhteisöä. (Kilpi 2006, 17).

Verkko voidaan nähdä myös eräänlaisena vaaran paikkana rajattomuutensa ja kaikkialla läsnäolevuutensa kautta. Filosofi Paul Virilio puhuu poeettisella kielellä Pakonopeus -kirjassaan (Tutkijaliitto 1998, 10-11) ajatuksen valon nopeudella toimivista uusista teknologioista, jotka saavat aikaan onnettomuuksia ja uudessa globaalissa kaupunki-maailmassa, jota Virilio kutsuu omnipoliksi. Nämä teknologiat saavat aikaan onnettomuuksia. Niitä pitää vastustaa.

Entä vaikuttava kirjoittaminen – mistä siinä on kysymys? Vaikuttavaa kirjoittamista tai puhetta on ollut kautta aikojen. Vanhimmat vaikuttavan puheen edustajat löytyvät Platonin dialogeista Sokrateen kanssa. Platonin dialogit havainnollistavat tiiviisti, mitä vaikuttavaan

kirjoittamiseen tarvitaan: selkeä puhuja ja kohdeyleisö. Puhuja saa viestinsä läpi vakuuttavilla perusteluilla. Aristoteles tiivistä tämän ydinkuvion: eetos (puhujasta)-paatos (yleisö) -logos (perustelut).

Liiketaloudessa vaikuttavalla viestillä on oma tarkoituksensa. Siellä parhaat vaikuttavat viestit liittyvät yleisön haluihin ja kiinnostuksenkohteisiin. Ne täsmäntävät mikä on kohdeyleisö ja mitkä sen tarpeet. Perusteluiden kehystämiseksi auttaa esimerkiksi AIDA-malli:

- A= Attention (huomio) – lyhyt lause, koukuta kuvauksella organisaatiosta
- I= Interest (kiinnostus) – maalaa yksityiskohtaisesti
- D= Desire (halu) – auta yleisöä selvittämään, kuinka muutos hyödyttää heitä
- A= Action (toiminta) – ehdota toimintaa yleisölle

(Bovée, Courtland, Thill 2017, 364, 368.)

Vaikuttavaa kirjoittamista tarvitaan monissa eri tekstilajeissa: referaatissa, mielipidetekstissä, esseessä, raportissa ja verkkoteksteissä. (Kaloinen, Suntinen, Vallisaari 2008, 85-117). Tarvetta vaikuttavalle kirjoittamiselle esiintyy myös monella toimialalla. Esimerkiksi kaupankäynnin alalla vaikuttavia tekstejä tarvitaan tarjouspyynnöissä, tarjouksissa, tilauksissa, reklamaatioissa, perinnässä, maksutositteissa ja suoramarkkinoinnissa. (Kaloinen, Suntinen, Vallisaari 2008, 161-185). Yksityiselämässä vaikuttavia tekstejä ovat CV, työhaemus ja työhaastattelu (Kaloinen, Suntinen, Vallisaari 2008, 243-256). Kaunokirjallisuudessa vaikuttavia tekstejä edustavat runot, romaani ja novelli sekä näytelmät. (Kaloinen, Suntinen, Vallisaari 2008, 279-294). Työelämäviestinnässä vaikuttavaa kirjoittamista edellyttävät sisäinen ja ulkoinen viestintä tai taloustiedottaminen. (Kaloinen, Suntinen, Vallisaari 2008, 141-159).

Sivistyssanakirjan mukaan vaikuttaa tarkoittaa tehota, tepsä (Suomisanakirja 2018). Tehoaminen on laajatahoista. Erilaiset kirjoittamiskäsitykset ymmärtävät kirjoittamisen ulottuvan yksilötasolta aina yhteiskunnalliselle tasolle saakka. Yksilötasolla on kyse taidon, luovuuden ja kaunokirjallisuudesta tutun ”oman äänen” tavoittelusta. Laajemmassa merkityksessä kyse on sosiaalisesta, jopa sosiopoliittisesta toiminnasta. (Svinhufvud 2016, 29.)

*Vaikuttavan kirjoittamisen käsitän olevan*

- *sosiaalista toimintaa digitaalisilla julkaisualueilla, joka ei tapahdu yhteiskunnallisessa tyhjiössä.*
- *Vaikuttavalla kirjoittamisella on aina puhuja (eetos), kohde (eetos) ja perustelut (logos).*

- *Vaikuttavuus edellyttää usein luovuutta, ja luovan tai persoonallisen kirjoittamisen edellytyksenä on myyttinen ”oma ääni”.*

Rajaan siis vaikuttavan kirjoittamisen koskemaan sosiaalista toimintaa digitaalisilla julkaisuustoilla. Vaikuttava kirjoittaminen eroaa esimerkiksi sukulaislajistaan mielipidetekstistä siinä, että sillä ei ole mielipidetekstin tavoin pelkkää vaikuttamispäämäärää. Vaikuttamis-  
päämäärän lisäksi vaikuttavat tekstit pyrkivät määritelmäni mukaan myös luovaan, per-  
soonalliseen ilmaisuun. Omaäänisellä tekstillä on mahdollisuus erottumiseen infoähkyn  
aikakaudella. Vaikka omaäänisyys liitetään useammin fiktion kuin faktaan, se on mahdol-  
lista saavuttaa myös faktapohjaisessa kirjoittamisessa. Tässä auttavat hypoteesini mu-  
kaan tarinat, retoriikan ja argumentoinnin keinot sekä oma ääni.

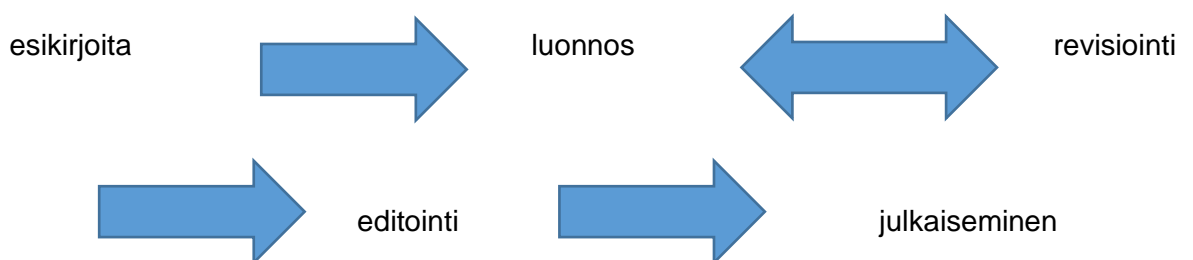
Eetos-paatos-logos-kuvio palautuu viestinnän peruskuvioon, jossa on lähettäjä ja vastaan-  
ottaja ja välissä on viestin vastaanottamista häiritsevää hälyä:



Kuvio 1. Viestinnän peruskuvio. Lähettäjä-kanava-vastaanottaja.

Käsitys kirjoittamisesta sosiaalisena toimintana korostaa kirjoittamisen institutionaalista ja tilannesidonnaista luonnetta. Lopulta kirjoittaminen sosiaalisena toimintana -käsitys palau-  
tuu eri taiteen aloilla yleisiin mestari-kisälli-pareihin ja identifiointiin. Ihmiset osallistu-  
vat ja haluavat osallistua toimintaan, jonka arvot ja asenteet he jakavat; johon he pystyvät  
identifioitumaan. (Svinhufvud 2016, 43-46.)

Kirjoittaminen sosiaalisena toimintana -määritelmän taustalla vaikuttaa laajemmin käsitys  
kirjoituskulttuurista (literacy). Se tarkoittaa erilaisia kirjoittamisen sosiaalisia käytäntöjä-  
osallistujista sosiaalisiin tavoitteisiin ja sukupuolipainotuksiin. Kirjoituskulttuuria alemman  
tason käsite on kirjoitustapahtuma. Se sisältää paljon erilaista vuorovaikutusta: tehtä-  
vänantoa, keskustelua, palautetta ja arviointia. (Svinhufvud 2016, 44.) Kirjoittamistapah-  
tuma on yksi osa kirjoitusprosessia, jonka tiivistän seuraavaan kuvioon:



Kuvio 2. Kirjoitusprosessi. (Mukaillen, lähde: Hakeem 30.1.2015).

## 2 Teoriatausta

Tässä osassa esittelen tutkimukseni teoreettisen taustan ja keskeiset käsitteet. Lähden liikkeelle esittelemällä kontekstin: työn murroksen ja infoähkyn. Käyttämiäni käsitteitä ovat uusi kirjoittaminen, monilukutaito ja vaikuttava kirjoittaminen. Teoriapohjaa omaksun Outi Kallionpään uuden kirjoittamisen opetusta ja monilukutaitoa koskevista näkemyksistä, Jenkinsin uusista luku- ja kirjoitustaidoista, Aristoteleen ja Juhana Torkin retoriikan opeista, retoriikan keinoista, Anders Vacklinin opeista henkilöahmosta elokuvassa sekä Anne Kalliomäen tarinallisesta palvelumuotoilusta. Esittelen opetuksen suunnittelijan keskeisen työkalupakin ja konstruktiivisen metodin, jonka avulla kehitän koulutuksen. Lisäksi kerron tulevaisuuden kirjoittamisesta ja megatrendeistä ja trendeistä, jotka tekevät vaikuttavan kirjoittamisen tarpeelliseksi.

### 2.1 Yhteiskunnallinen konteksti: työn murros ja infoähky

Ensin on paras asettaa kehitystyö kontekstiinsa, jota hallitsee ennen muuta työn murros ja digitalisaation vaikutukset. Työn murros on johtanut työurien moninaistumiseen. Niitä voi joutua olemaan valmis muuttamaan koko elämänsä ajan. Suomen yrityksissä vuosittain noin neljännes työsuhteista päättyy ja saman verran alkaa uusia työsuhteita. Työpaikkoja syntyy ja tuhoutuu samaan aikaan. (Kauhanen, Maliranta, Rouvinen, Vihriälä 2015, 12.)

Luova luokka ja tietotyö ovat yleistyneet, samoin itsensä työllistäjät ja freelancerit. Media-alalla tärkeäksi on noussut monitaitoisuus: yhden päävahvuuden lisäksi on oltava muita taitoja. Ammattikirjoittajan on osattava tehdä vähän videota ja ammatikseen audiota tekevän on osattava kirjoittaakin. Monimediaisuus ja moniosaajuus on eilinehto; digitaalisessa maailmassa monikanavaisuus.

Globaalissa informaatioyhteiskunnassa yhä useammat tarvitsevat tiedon lisäksi lukutaitoa ja analyttisiä taitoja voidakseen etsiä ja valita tietoa, joka heille on tärkeää ja relevanttia. Infoähky tukahduttaa. Kun tietoa on saatavilla paljon, tiedon kriittinen arviointi ja olennaisen tiedon löytäminen on tärkeää. Mikä on totta ja mikä ei ole? Mikä on tärkeää ja mikä ei ole. Media- ja digitaalinen lukutaito ovat kykyjä ymmärtää ja käyttää monessa muodossa ja eri verkkolähteistä verkkojen avulla saatavaa tietoa. (Varis 2007, 252-253.)

Ammattitaitovalmiuksien rinnalle on tullut tärkeämmäksi metakognitiivinen oppimaan oppimisen taito. Oppijalla on oltava tietoisuus itsestään oppijana, tavoista joilla hän oppii parhaiten ja tavoista, joilla hän voi kehittää oppimisen taitojaan. (Salakari 2009, 29.) Hakkarainen, Lonka ja Lipponen (2005, 363) puhuvat romanttiselle älykkyyskäsitteelle vastakkaisesta tiedollisesta oppijuudesta, jossa osanottaja säätelee oppimisprosessia itselle

asettamiensa tavoitteiden kautta, suhteuttaa ajatuksiaan muiden yhteisön jäsenten ajatuksiin. Tiedollinen toimijuus syntyy sosiaalisessa toiminnassa ja vahvistaa älykkään inhimillisen toiminnan kehittyneintä muotoa, tiedonluomisen kykyä. (Hakkarainen, Lonka, Lipponen 2005, 21). Koulutus voisi ennako-oletukseni mukaan olla hyödyllistä, jos se kykenee jossakin määrin edistämään myös tiedollista toimijuutta.

Sosiologi Emile Durkheimin mukaan tieto on kollektiivista esitystä (representaatiota), joka täyttää aina jotakin kullekin yhteiskunnalle tärkeää funktiota. (Antikainen, Rinne & Koski 2013, 183-184.) Kehittämäni vaikuttava kirjoittaminen voisikin tarjota uudenlaisia selviytymiskvalifikaatioita tietoyhteiskunta-ajan tietotyöläisille. Durkheimin tiedonsosiologiseen näkökulmaan sovellettuna voisi ajatella, että vaikuttava kirjoittaminen on informaatioyhteiskunnan tarpeisiin sovellettua kirjoittamista. Se on kehittynyt muoto Durkheimin 1800-luvun yhteiskuntamuotojen edellyttämistä kirjoittamisen tai tiedontuotannon tavoista.

Koulutuksen avulla on mahdollista hankkia modernissa yhteiskunnassa tarvittavia selviytymispätevyyksiä (selviytymiskvalifikaatioita), jotka ovat nousseet tärkeiksi rinnalle perinteisten koulun tuomien työpätevyyksien (työkvalifikaatioiden) rinnalle. (Rinne & Salmi 1998, 179.) Koulutukseni voisi tuoda lisää digitaalisen lukutaidon ohella keinoja ja apuvälineitä erottautumiseen digiajan infoähkyssä. Tällöin sen voisi ajatella olevan yksi selviytymispätevyys lisää nykyajan muuntautumista edellyttävillä työmarkkinoilla. Se voisi hyödyttää ennen kaikkea tietotyöläisiä, jotka kirjoittavat ammatikseen.

Jokaisen kirjoittamiskoulutuksen kehittäjän taustalla pitää olla näkemys kielestä. Kieli on näkemykseni mukaan luonteeltaan sosiaalis-konstruktionistista: sillä muovataan todellisuuden luonnetta ja pyritään aikaansaamaan vaikutuksia kohdeyleisöissä. Merkitykset ovat universaaleja tai kulttuurikohtaisia. Ihminen on osa erilaisia sosiaalisesti jaettuun merkityssysteemeihin ja käyttää niitä luoden vaihtelevia minuuksia ja yhteisöllisiä suhteita (Jokinen, Juhila & Suoninen 1993, 19, 25). Näkemys kielen sosiaalisesta ja todellisuutta muokkaavasta luonteesta on omankin vaikuttavan kirjoittamisen näkemykseni perustana.

## **2.2 Uuden kirjoittamisen opetus ja monilukutaito**

Rajamäen lukion äidinkielen lehtori Outi Kallionpää esittää väitöstutkimuksessaan ”Uuden kirjoittamisen opetus -osallistavaa luovuutta verkossa” (2017) ajatuksen uudesta kirjoittamisesta, joka ei ole alun perin hänen oma ajatuksensa. Artikkelissaan ”Mitä on uusi kirjoittaminen? Uusien mediakirjoitustaitojen merkitys” (2014b) Kallionpää pohtii näitä uusia taitoja koulukontekstissa. Hän väittää, että uusi kirjoittamisen taito sisältää uusia osataitoja, jotka eivät ole ennen kuuluneet koulukirjoittamisen alueelle. Kallionpää esittää kuvion, joka havainnollistaa hyvin perinteisten ja uusien kirjoitustaitojen välisiä eroja.

Perinteinen koulukirjoittaminen	Uusi kirjoittaminen
Välineet: kynä, paperi, tekstinkäsittelyohjelma	Välineet: digitaalinen ja tekninen välineympäristö uusine sovelluksineen
Tekstilaji: vähän ja pysyviä, kaikki genret tuotetaan perinteisillä kirjoitustaidoilla, formaali, ylhäältäpäin ohjeistettu, jaettu luovaan ja asiakirjoittamiseen, tärkeää ulkoisin kriteerein määritelty tuotos	Tekstilajit: paljon ja jatkuvasti muutoksessa, eri genret vaativat erilaisia taitoja, informaali itseohjautuva, luovan- ja asiakirjoittamisen rajat rikkoontuvat, tärkeää sekä luova prosessi että luova tuotos
Kirjoitusprosessi: yksilöllinen, staattinen	Kirjoitusprosessi: yksilöllis-sosiaalinen, dynaaminen
Kohderyhmä ja julkaisu: kohderyhmänä opettaja, ei julkaisua	Kohderyhmä ja julkaisu: kohderyhmä laaja ja määrittelemätön, aina julkista
Palaute: yksisuuntaista ja autoritääristä	Palaute: dialogista ja laadultaan vaihtelevaa
Kirjoitusympäristö: luokkahuonekonteksti, vähän virikkeitä, keskittyminen vain kirjoittamiseen	Kirjoitusympäristö: ajan ja paikan rajat rikkovaa, viriketulva, monisuorittaminen
Kirjoittajarooli: ulkoisesti motivoituva, passiivinen suorittaja	Kirjoittajarooli: sisäisesti motivoitunut, sisäinen tuottaja

Kuvio 3. Perinteiset ja uudet kirjoitustaidot. (Kallionpää 2017, 65).

Taulukko osoittaa, että uudet kirjoitustaidot ovat rikkoneet hierarkkisen opettaja-oppilasvaltasuhteen ja tehneet kirjoittamisesta aina julkista ja laajalle kohderyhmälle suunnattua. Uusi kirjoittaminen on murtanut myös luovan ja asiakirjoittamisen välisen kahtiajaon. Tekstilajeja pitää osata monia ja ne edellyttävät erilaisia taitoja. Kirjoitusprosessi on muuttunut staattisesta dynaamiseksi ja käytettävä ”käyttöliittymä” perinteisestä kynästä ja paperista monimuotoiseksi digitaaliseksi ympäristöksi. Uuden kirjoittamisen taito on ennen muuta luovuustaito, joka auttaa rikkomaan perinteisiä tekstityyppien välisiä rajoja digiympäristössä.

Myös mediaympäristön muutos on syynä uudenlaisten luku- ja kirjoitustaitojen tarpeen nousuun. Osallisuuden kulttuuri internetissä tuo itseilmaisun mahdollisuuksia, mutta samalla se lisää vihapuheen käyttömahdollisuuksia. Tällaisessakin kulttuurissa tarvitaan uudenlaisia luku- ja kirjoitustaitoja. (Kallionpää 2017, 26, 31, 35.)

Jenkins (2006, 4) luo vielä tarkemman listan uusista luku- ja kirjoitustaidoista. Listan seuraavat kohdat ovat hyödynnettävissä omassa kehitystyössäni:

- Leikki: kyky luovaan ongelmanratkaisuun uusissa ympäristöissä
- Performanssi: kyky omaksua ja improvisoida vaihtoehtoisia identiteettejä ja rooleja
- Simulointi: kyky tulkita ja rakentaa simuloituja malleja tosielämän prosesseista
- Omaksuminen: kyky kierrättää ja mikсата merkityksellisesti eri medioiden sisältöä
- Ylittäminen: kyky kommunikoida monimuotoisissa yhteisöissä ja kunnioittaa erilaisia näkökulmia
- Visualisointi: kyky tuottaa ja tulkita visuaalista informaatiota

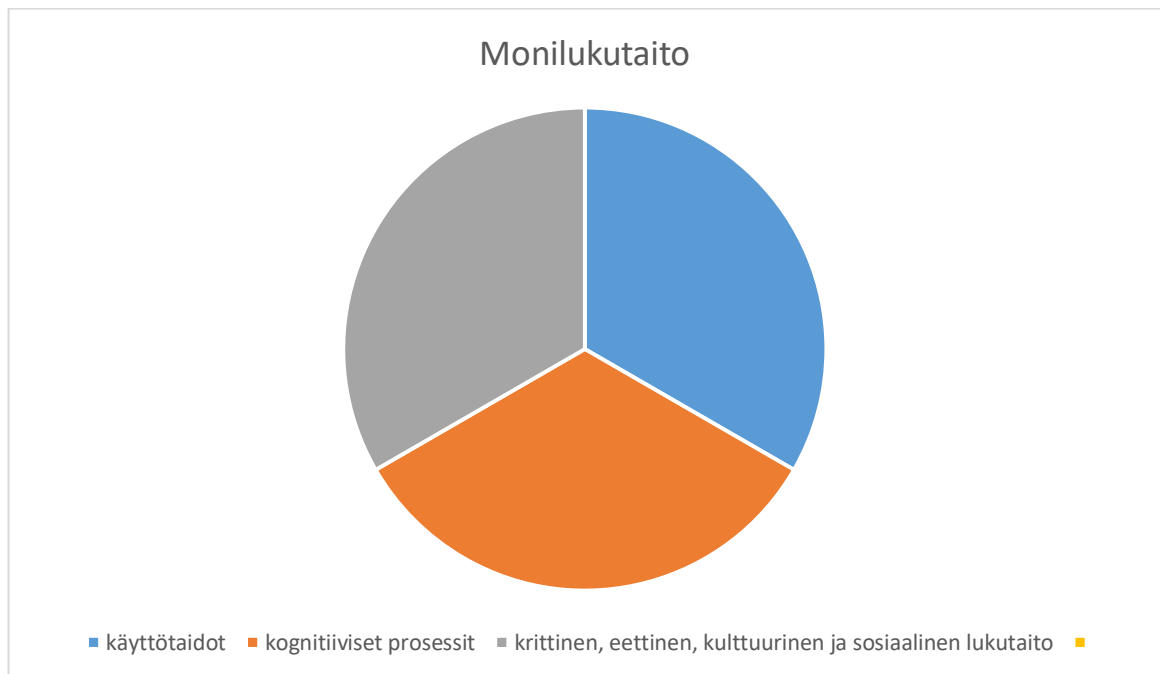
(Kallionpää 2017, 35-36.)

Uusia kirjoitus- ja lukutaitoja voi täsmentää edelleen. Laajentuneet kirjoitustaidot jakaantuvat teknisiin, multimodaalisiin, luovuustaitoihin, sosiaalisiin taitoihin ja julkisuustaitoihin sekä monisuorittamis- ja tietoisuustaitoihin. Nämä sisältävät esimerkiksi käsityksen monimuotoisesta ja -moniaistisesta tekstistä, monenlaisten tekstien jatkuvaa tuotantotaitoa, osallisuutta erilaisiin internet-yhteisöihin, kommunikointitaitoja, lainsäädännön tuntemusta sekä uusien tekstilajien tuntemusta ja verkkoympäristössä työskentelyn tuttuutta. (Kallionpää 2017, 130.)

Monilukutaidon käsitteen esitteli 1990-luvulla New London Group, joka tarkasteli käsitettä sosiokulttuurisesti. Vasta myöhemmin käsitettä tarkasteltiin myös medialukutaidon, teknologisen lukutaidon ja monen muun näkökulmasta. Se käsittää monenlaiset lukutaidot: medialukutaito, kuvanlukutaito, tietokoneenlukutaito, informaationlukutaito kuin yleisemmät kulttuurisen, eettisen ja kriittisen lukutaidon. Monilukutaitoinen osaa lukea, tulkita ja tuottaa kaikenlaisia tekstejä elokuvista sanomalehtiin ja romaaneihin, sosiaalisen median uutisvirrasta verkkolehtiin. (Leino & Kallionpää 2016, 7-8.)

Tämänhetkinen perusopetuksen opetussuunnitelma määrittelee monilukutaidon käsittämään erilaisten tekstien tulkintaa ja tuottamista, jotka auttavat ymmärtämään kulttuurisia viestinnän muotoja ja omaa identiteettiään. (Leino & Kallionpää 2016, 16). Monilukutaito koostuu seuraavista osatekijöistä, jotka kaikki pitää ottaa huomioon:





Kuvio 4. Monilukutaidon osatekijät (Leino & Kallionpää 2016, 53).

Vaikka en ole perusopetuksen koulutusta kehittämässä, yllä oleva kuvio on hyödyllinen kannaltani. Pyrin omassa koulutuksessani edistämään rajallisessa määrin monilukutaidon kaikkia osa-alueita: monimediaisten ja monimodaalisten tekstien lukemista, tulkintaa ja tekstien tuottamista. Koulutukseni edistää myös kuvion kognitiivisia prosesseja ja kriittistä lukutaitoa.

## 2.2 Käytännön puhetaitoa tai -kirjoitustaitoa: retoriikka vaikuttamisen välineenä

Retoriikka voidaan jakaa vanhaan ja uuteen retoriikkaan. Vanhan retoriikan keskeisiä edustajia ovat antiikin aikaiset Cicero, Aristoteles ja Platon. Uusi retoriikka vaikutti 1950-luvulla ja sen keskeisiä edustajia ovat Kenneth Burke, Stephen Toulmin ja Chaïm Perelman. Retoriikan voi ajatella ulottuvan laajimmillaan kielestä aivan tavalliseen arkiseen toimintaan. (Mustakallio 2.6.2011.)

Kari Palonen on Aristoteleen pohjalta esittänyt yksinkertaisen ydinkuvion retoriikan pelin keskeisistä osapuolista, joka näyttää seuraavalta:

*Kuka (retori, eetos)*

*vetoaa keneen (yleisö, paatos)*

*millä (argumentti, logos) (Palonen 1997, 25.)*

Retoriikan tutkimuksen kannalta puhujan (eetos) ja yleisön (paatos) välinen suhde on keskeinen, sillä puhuja (tai kirjoittaja) toimii vuorovaikutuksessa tavoittelemansa yleisön kanssa ja on valmis muuttamaan perusteluitaan aina tarpeen vaatiessa. Yhteiskunta- ja humanistisissa tieteissä alettiin yleisesti puhua retorisesta käänteestä, joka tarkoitti tieteen ja filosofian auktoriteettien suhteellistumista. Retorinen käänne merkitsi tietoisuutta tieteen logoksesta. (Palonen & Summa 1996, 7.)

Pitää siis tietää kuka puhuu (eetos), kenelle puhuu ja millä argumentein (logos) (Blomstedt 2003, 79). Aristoteleen eetos jakautuu edelleen kolmeen kysymykseen kuulijasta: onko hän järkevä? Onko hän rehellinen? Onko hän oikeudentuntoinen? Kuulija etsii puhujasta ennen kaikkea hyvää ihmistä, hinnalla millä hyvänsä. Eetos tarkoittaa siis puhujan todellisia tai kuvitteellisia ominaisuuksia ja Aristoteles korostaa tässä yhteydessä henkilön luonnetta. (Blomstedt 2009, 80.) Paatos viittaa tunteisiin, joita puhuja yleisössään herättää ja logos puhujan käyttämiin perusteluihin, argumentteihin ja kielikuviin. (Blomstedt 2003, 80-82.)

Retoriikan oppeja ammennan suomalaiselta Juhana Torkilta. Juhana Torkki on retorikasta eli puhetaidosta väitellyt teologian tohtori, joka on jo pitkään tarjonnut puhetaidon koulutusta hyvin toimeentulleille asiakaskohderyhmille kuten ylimmälle johdolle. Torkki tunnetaan käytännönläheisistä, insinööriyppiselle kohdeyleisölle tarkoitetuista puhetaidon oppaistaan: Puhevalta – kuinka kuulijat vakuutetaan (Otava 2006), Tarinan valta – kertomus luolamiehen paluusta (Otava 2014) ja viimeisimmästä oppaastaan Puhevalta käyttöön – Näin valmistelet elämäsi parhaan puheen (Otava 2015).

Uusimmassa kirjassaan Puhevalta käyttöön (2015) Torkki luo puhujan huoneentaulun, jonka ohjeet sopivat myös vaikuttavaan kirjoittamiseen. Kärjistetysti vuorovaikutus vertautuu usein Torkin kirjassaan esittämään Platonin ja Sokrateen dialogia muistuttavaan vuoropuheluun puhujakouluttajan ja insinöörin välillä. Puhujakouluttaja-konsultti, joka yrittää vakuuttaa insinööriä retoriikan taitojen tärkeydestä, muistuttaa Torkkia itseään erehdyttävästi. Vastaparina hänellä on insinöörihenkinen ylemmän johdon edustaja, joka tuskailee kiireen ja tulospakon edessä. Insinöörihenkilö voi vain uneksua puheen suunnittelemisesta ajan kanssa. Puhujakouluttaja-konsultilla ja insinöörillä on näennäisesti hyvin erilaiset kielet ja mielet, ja niiden välinen kuilu puhujakouluttajan on kyettävä kuroma umpeen. Logos-ullottuvuuden hyödyntämiseen tarvitaan perusteluiden lisäksi retorisia ja argumentoinnin keinoja sisällön tueksi.

### **2.2.1 Retoriset keinot**

Retoriikan keinoja löytyy monia, mutta tietynlainen yleisvalikoima on olemassa. Tässä lista tärkeimmistä.

- Metafora eli kielikuva on kaikille tuttu: yritykset kulkevat kuin rasvattu.
- Alkusointu, tuttu erityisesti mainonnasta. Valitse viisaasti.
- Kiertoilmaus kaunistelee. Iäkäs ennemmin kuin vanha.
- Kliimaksi. Kuvailu etenee neutraalista huipentumaan.
- Puhuttelu on tehokas, koska se on kohdistettu suoraan yleisön edustajalle, tekee helpoksi samaistua: Voisitko sinä ajatella joskus muuttavasi tapojasi?
- Liiottelu tai kärjistys. Suomalaiset ovat maailman paras kansa!
- Listaus, luettelo, hyödyntää kolmiportaisuutta. Koti. Uskonto. Isänmaa.
- Kielikuvat: vertaus, metafora, elollistaminen.
- Retorinen kysymys, johon ei odoteta vastausta. Sellainen lapsi, millainen isä.
- Sanonnat ja sitaatit. Vakka kantensa valitsee.
- Sanavalinnat, sanajärjestys, lauserakenteet, auttaa korostamaan haluttua asiaa. Sinäkin, Brutukseni?
- Toisto on tehokasta oikein rakennettuna. Laiskan toiston sijasta voi käyttää synonyymejä.
- Huumori on tehokasta oikeassa asiayhteydessä.
- Huudahdukset herättävät yleisön huomion tai haluavat aiheuttaa reaktion. Huh hellettä!
- Vastakkainasettelu tai rinnastus. Joko minä tai hän?
- Kielteinen tai myönteinen lopputulos. Yleinen mainonnassa. Etkö sinäkin haluaisi pehmeämmän ihon?
- Tunteisiin vetoaminen esimerkiksi sanavalinnoilla tai anekdooteilla. Suomen kansa joutuu
- Ironia ja itseironia. Voi, mikä saapas minä olenkaan.

(Erho 28.3.2017, Mustakallio 2014 57-72.)

Retoriset keinot ovat jaettavissa seuraaviin luokkiin:

1. ajatuksen figuurit: liittyvät ajatusten tulkintaan.

- paradoksi. "Minä en olisi luonut ihmistä. Minä rakastan ihmistä." (Stanislaw Jerzy Lec)
- ironia. "Mikä ihana ilma!" kun sataa kaatamalla.
- hyperbola eli liioittelu. "Suomessa on maailman parhaat urheilijat!"
- liitoitti kieltää ajatuksen vastakohtaan. "Metrokäytävää ei suositella vapaa-ajan käyttöön."
- eufemismi on merkityksen pehmentämistä. Kuolla = nukkua pois.
- hypotyposi kasvattaa intensiteettiä. "Räikkönen painaa kaasua, auto kiittää yli mäkien, vauhti nousee, lähimpänä olevilta lentävät hatut pois, hän voittaa."
- paralipsi korostaa jotakin asiaa jättämällä sen sanomatta.

(Blomstedt 2003, 88-92.)

2. sanafiguurit, kuten anagrammi, liittyvät äännteisiin ja tavuihin

- neologismit ja uudissanat kehitellään olemassaolevista sanoista. Arjentola.
- arkaismi eli vanhahtava ilmaisu.
- diafora eli sama sana esiintyy samanlaisena mutta eri merkityksessä yhdessä lauseessa.

(Blomstedt 2003, 92.)

3. rakenteen figuurit koskevat ilmaisun kompositiota, sommittelua tai konstruktiota.

- antiteesi. joko-tai
- toisto ja paljon alatermejä: sanan toisto tai ajatuksellinen toisto.
- bathos kasaa dramatiikkaa ja tarjoaa antikliimaksin. "olen niellyt pari unitablettia: olen vihannes, olen aivoton, olen kuollut, olen valmis koisimaan..."
- humoristinen toisto toistaa ajatusta niin, että se muuttuu naurettavaksi.

(Blomstedt 2003, 93-95.)

#### 4. merkityksen figuurit eli troopit

- metafora eli analogiaan perustuva kielikuva
- metonymia: abstrakti asia ilmaistaan konkreettisemmin. ”Liituraiat ymmärtää toista liituraiata.”
- Synekdoke eli liike enemmästä vähempään. ”Pääministeri on hallituksen kasvot.”

(Blomstedt 2003, 95-98.)

Kenneth Burke on A Grammar of Motives -kirjassaan (1945) esitellyt myös neljä trooppia: metaforan, metonymian, synekdoken ja ironian. Blomstedtin tulkinnan (2003, 98) mukaan niistä jokainen leikkaa toisiaan.

Blundel (2004, 113) nimeää lisäksi retoriseksi keinoiksi ihmisen kutsumisen nimeltä (samaistuttavaa), kysymysten esittämisen ja provokaation. Kysymysten herättäminen ja provokaatio voivat toimia, kun puhuja haluaa ärsyttää tai saada aikaan reaktion kuulijassa.

Retoriset keinot muodostavat työkalupakkini, jonka avulla on mahdollista muodostaa kielellisesti vaikuttavampia perusteluita. Pitää kuitenkin muistaa, että tekniikkaa tärkeämpiä ovat hyvät sisältöperustelut eli tekstin logos-ulottuvuus. Ilman sitä eivät mitkään tekniset kikkailut auta pelastamaan tekstiä. Perustelut eli argumentoinnin keinot voivat vedota esimerkiksi yleiseen etuun, uskomukseen, asian uutuuteen, syy-seuraussuhteeseen, arvoihin ja moraaliin tai etuihin ja haittoihin. (Koivukangas 2018).

### **2.3 Tarinallisuus ja hyvät henkilöahmot vaikuttavan kirjoittamisen työkalupakkina**

Tarinoita on ollut olemassa niin kauan kuin ihmisiä on ollut olemassa. Kieli kehitettiin tarpeeseen kertoa tarinoita. Tarinaa, narratiivia, ei ymmärretä aisteilla, vaan se rakennetaan jokaisen kuulijan tai lukijan mielessä. Tämä semanttinen eli merkityksiä muodostava luonne tekee kielestä ainutlaatuisen. Lisäksi kieli on ainoa väline, medium, jolla voi muodostaa väitteitä maailmasta. Kieli on semioottisena välineenä ainutlaatuinen; kuva voi näyttää, mutta se ei voi viitata (Worth 1981), kuten kieli, eikä tähän pysty äänikään. Tutkijoiden mukaan narratiivin perustana on tarina, ja tarina kertoo ihmisistä muuttuvassa maailmassa. (Hühn, Pier, Schmid, Schönert 2009, 207.)

Ongelmana on, että tarinat vastaanotetaan aina erilaisten vastaanottajien päässä, mielessä. Erilaisten mielten ja kielten välisen kuilun umpeen kuromisessa voi auttaa *tarinallis-*

*taminen*. Tarinallisuutta miettiessäni yhdeksi koulutuksen sisällön vaihtoehdoksi tuli narratologia. Narratologia on kirjallisuustieteen suuntaus, jossa tulkitaan kertomusten narratiivisia rakenteita. Narratologian edustajia on monia. Esimerkiksi Gerard Genette on kehittänyt sisäis- ja ulkoiskertojan käsitteet ja fokalisaation eli näkökulmatekniikan. Narratologian suljin kuitenkin pois, koska se on yleensä vahvasti teoreettinen tapa tarkastella tekstien narratiiveja, enkä voi olettaa, että kaikilla koulutukseen osallistujilla olisi riittävästi valmiuksia omaksua narratologisia analyysimetodeja.

Vaikuttavan kirjoittamisen koulutukseeni voin omaksua Torkilta – ja monelta muulta - ajatuksen yritysten keskuudessa muodikkaasta tarinasta. Mikä tarina ylipäätään on? Se on sekoitus yrityksen historiaa, eräänlaista merkityksellisten kohtien valintaa, tunteeseen ve-toavia kohtia. Tarina voi saada asiakkaat kertomaan yrityksestä tarinaa. (Torkki 2014, 18, 19, 27.)

Torkki on pohtinut tarinallisuutta *Tarinan valta – kertomus luolamiehen paluusta* -teoksessaan (Otava 2014). Hän auttaa lukijaa ymmärtämään oman mielensä toimintaa ja maailmaa, jossa elämme. Kirja antaa eväitä vaikuttavaan tarinankerrontaan ja menestyksekkään tarinan luomiseen. Torkki rakentaa Esa Saarisen uimahallikertomuksen pohjalta reseptin, joka kuuluu seuraavasti:

1. Rakenna mielekäs juoni, jossa jännite aluksi kasvaa, lopuksi purkautuu.
2. Rakenna hyvät henkilöhahmot.
3. Kuvita tapahtumaympäristö.
4. Säännöstele jännitettä, pitkitä kerrontaa. (Torkki 2014, 12, 50-51, 73).

Applen ja Steve Jobsin kertomuksen perusteella hän rakentaa toisen ohjelman:

1. Keskity viestin sisällössä siihen, mikä koskettaa tunnetta.
  2. Esitä ratkaisuja konkreettisiin ongelmiin.
  3. Rakenna aristoteelinen draama.
  4. Käytä arkkityyppejä.
2. Tee ihmisistä tarinasi kertojia antamalla heille siinä paikka.

(Torkki 2014, 110-111).

Hyvään tarinaan kuuluvat uskottavat, samaistuttavat henkilöahmot. Hahmojen kehittämisessä lähteenäni on elokuvan dramaturgia soveltuvin osin ja lähteenä Anders Vacklinin teos Käsikirjoittamisen taito (2015). Elokuvan dramaturgian oppeja voi hyödyntää nimenomaan hahmojen syventämisessä ja taustan kirjoittamisessa heille. Henkilöhahmoksi sopii joku yleisöä edustava hahmo, johon yleisön jäsenet voivat samaistua helposti. Kirjoittaja ei arvioi hahmoaan. Hän koodaa tämän vaatteilla, väreillä, äänillä ja metaforilla. Nämä kertovat henkilön tuloista, luokasta, työstä, etnisyydestä, uskonnosta, sukupuolesta, seksuaalisesta suuntautuneisuudesta tai muotitietoisuudesta. Koodaus voi kertoa myös yhteiskunnan ja kulttuurin arvoista. Hahmon nimeäminen etu- tai sukunimellä kertoo millaisesta henkilöstä on kysymys. Kirjoittaja luo uskottavan hahmon, jonka näkökulmasta hän aistii ja havainnoi. (Vacklin 2015, 15-52.)

FM, medianomi ja Tarinakoneen kouluttaja Anne Kalliomäki käyttää synonyymeinä sanoja tarinallistaminen ja tarinalähtöinen palvelumuotoilu. (Kalliomäki 2014, 7). Kalliomäki haluaa yhdistää tarinan palvelumuotoiluun, eli hän haluaa ottaa asiakaskokemuksen mahdollisimman hyvin huomioon tarinaa kehiteltäessä. Kalliomäen tarinan peruselementit eivät juuri eroa hyvän proosan rakennusaineksista. Tarinan yläkäsite on tarinaintiteetti, joka koostuu yrityksen arvoista, osaamisesta ja visiosta. Identiteetti kehittyy ja muuttuu ajan mukana.

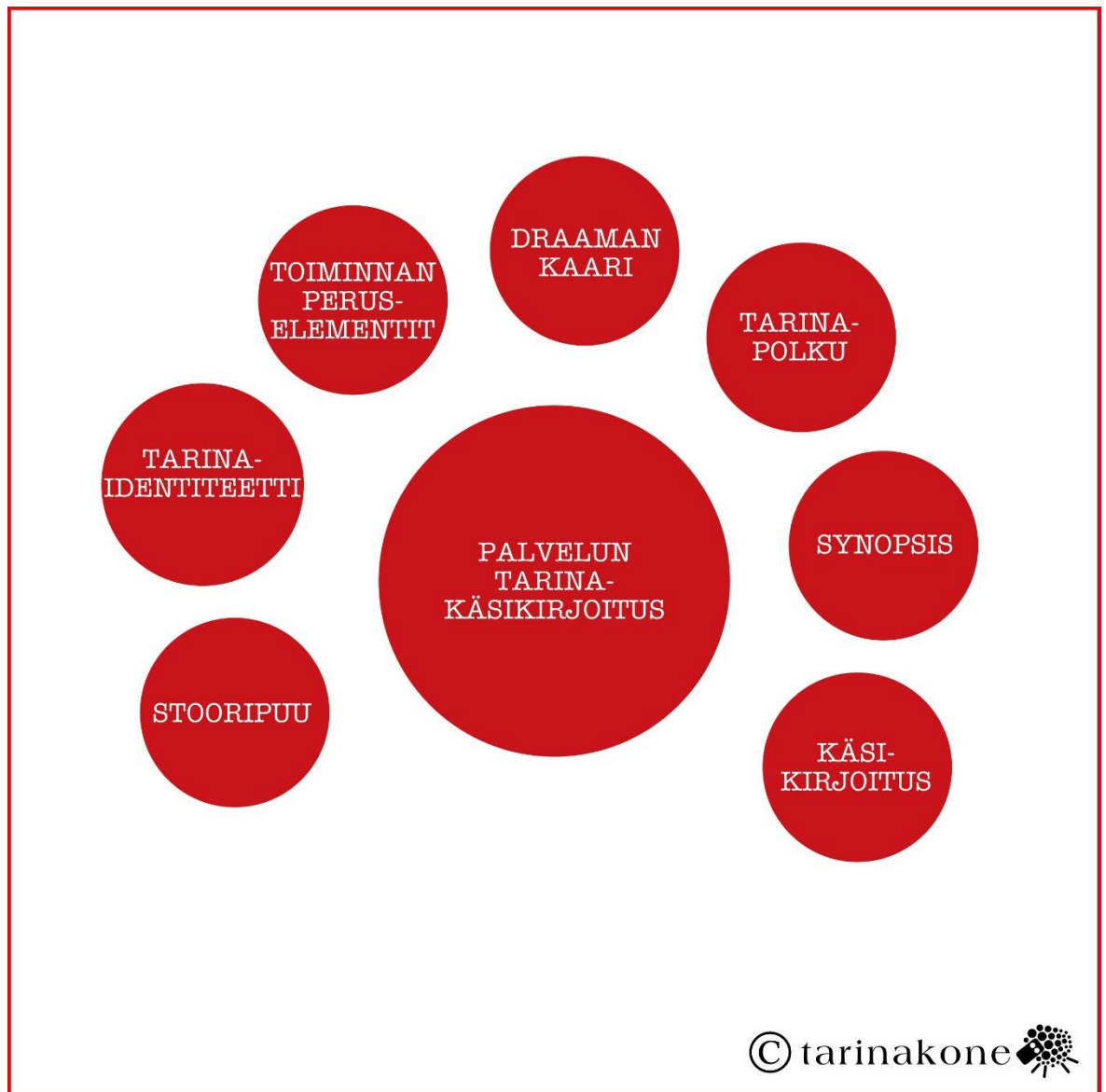
Kalliomäki kehittää seuraavan listan tarinan elementeistä:

1. Tarinassa on selkeä alku, keskikohta, loppu.
2. Tarinassa on kronologisuutta.
3. Tarinassa on syy-seuraussuhteita, juonellisuutta.
4. Tarinallistamisen näkökulmasta tarina on yrityksen toiminnan punainen lanka.
5. Tarinassa on selkeä hahmo/toimija.
6. Tarinassa on sekä faktaa että fiktiota.
7. Tarina vetoaa tunteisiin (inhimillisyys, merkitykset, tunnistamisen kokemukset).
8. Tarina vetoaa eri aisteihin ja herää eloon aistien kautta (vrt. tekstissä adjektiivit, kuvailut, palveluissa eri aisteihin vaikuttaminen).

(Kalliomäki 2014, 22-23.)

Yrityksen tarinan tarinallistaminen etenee seuraavan kuvion mukaisesti. Se noudattaa elokuvakäsikirjoittamisen periaatteita. Tarinasta muodostetaan kohtauksia, joista laaditaan

Treatment, kohtausluettelo. Omassa koulutuksessani Treatmentia voisi vastata yritykselle luotava kuvitteellinen blogi, johon kirjoitetaan yrityksen ydinviestiä edistäviä tarinoita tai asiakaskokemuksia.



Kuvio 5. Palvelun tarinakäsikirjoituksen osat. (Kalliomäki 18.12.2013).

## 2.4 Tulevaisuuden kirjoittaminen

Digitalisaatio vaikuttaa kaikkeen arjesta työelämään ja rooliimme kuluttajina. Digiainaka olemme kaiken aikaa ja kaikkialla erilaisten tekstien ympäröiminä. Digiainaka on myös muuttanut rooliamme passiivisista tiedon vastaanottajista aktiivisiksi tiedon jakajiksi erilaisen sosiaalisen median alustoilla.

Digitalisaatio tekee asiakkaistakin aktiivisia toimijoita, jotka voivat olla sisällöntuottajia. Sisällöntuottajina – tai sisällönjakajina - he jakavat arvioitaan ja kokemuksiaan. Asiakkaat



voivat myös olla tuotteen tai palvelun kehittäjiä. Asiakkaat voivat olla arvostelijoita tai jopa vahingoittajia. Sisältö voi olla kaikkea tviiteistä Facebook-päivityksiin ja blogikirjoituksiin, videoihin, kuviin, vlogiin.

Digitalisaatiota hyödynnetään yrityksissä joka päivä, ja ammatikseen kirjoittavien on tärkeää hallita digiajan keskeiset kanavat: Facebook, Twitter, Instagram, työnhaussa keskeinen LinkedIn. Valio on esimerkki yrityksestä, joka hyödyntää tehokkaasti Facebookia, Twitteriä, YouTubea, Pinterestiä, LinkedIniä ja Instagramia tuotteidensa markkinoinnissa. (Ilmarinen & Vesa 2015, e-kirja).

Digitalisaation seurausvaikutus on infoähky, jolla on vakaviakin seurauksia. Sivistyksen tulevaisuusbarometri 1997- tutkimuksessa asiantuntijat uskoivat, että ”medioiden välittämän informaatiomäärän kasvu saa meidät kadottamaan todellisuuden tajumme, passivoi meitä ja heikentää toimintakykyämme” (Kaivo-oja & Kuusi & Koski 1997).

Digiajan virtuaalisessa pyörityksessä on osattava erottua suuresta tekstien joukosta niin kuluttajana kuin työroolissa. Tällaisessa ympäristössä on tärkeää osata luoda, tulkita ja tuottaa sosiaalisen median tekstejä monilla eri kanavilla. Ajattelen, että vaikuttavan kirjoittamisen taidoilla voi olla mahdollista erottua pelkkien sisällönjakajien joukosta.

Tulevaisuuskysymyksiä oman työni kannalta voisivat olla: millaista on vaikuttava kirjoittamisen infoähkyn hallitsemalla aikakaudella? Millä keinoin erottaudutaan joukosta – voisivatko retoriikka ja tarinallisuus tarjota aineksia tähän? Kuinka edistää monilukutaitoa – kykyä lukea, tulkita ja tuottaa sisältöjä - digitaalisilla alustoilla?

Tulevaisuudentutkimuksen peruskäsitteet ovat trendi, sitä vahvempi megatrendi ja tulevaisuuden trendiä ennustava heikko signaali. Megatrendit koostuvat eri trendeistä, ne kuvaavat nykyhetken lisäksi tulevaisuuttakin, ja vaikuttavat monelle eri elämänalueelle. (Hiltunen 2012, 79-80).

Omassa tutkimusaiheessani megatrendejä ovat digitalisaation ennakoimaton vaikutus kirjoittamis- ja lukutaitoon, kuluttajien uusi rooli sisällönjakajina ja megatrendinä trendi media- ja monilukutaidon sekä uuden kirjoittamisen tarpeen lisääntyminen. (Heinonen & Ruotsalainen 2015, 42). Nämä jo mainitsemieni infoähkyn ja työn murroksen lisäksi.

Infoähkyn keskellä hyvät analyysitaidot ja kyky seuloa olennainen tieto epäolennaisesta muuttuu merkitseväksi. Tärkeää on osata puhua oikealle kohderyhmälle, oikealla kanavalla, sopivin perusteluin. Pyrkimyksenäni on, että vaikuttavan kirjoittavan koulutus lisäisi analyysitaitoja ja kykyä tuottaa entistä vaikuttavampia sisältöjä eri julkaisualustoille.

SITRAn megatrendeistä tarpeeseen kehittää uusi koulutus osuu työn murros ja robotisaatio infoähkyn lisäksi. Megatrendit, kuten automatisaatio, robotisaatio, keinoäly, hyperkonktiivisuus ja digitaaliset alustat ovat uhkia tai mahdollisuuksia tietotyöläisille näkökulmasta riippuen (<https://www.sitra.fi/artikkelit/trendi-tyon-ja-toimeentulon-arvoitus/>).

Työn murroksen aikana yleistä on pätkätyöläisyys, luova työ, luovan luokan ja tietotyöläisten nousu. Richard Floridan mukaan luovan luokan nousu paikantuu Floridan Piilaaksoon, jossa tietokonealan ammattilaiset muodostivat erilaisia verkostoja. Työn murroksen aikana tietotyöläiset ja asiantuntijat tarvitsevat selviytymispätevyyksiä työpätevyyksien rinnalla. Vaikuttava kirjoittaminen voi olla tulevaisuuden selviytymispätevyys.

Trendeinä oman yritykseni kannalta voidaan pitää kirjoittamistaitojen tärkeyden kasvua erityisesti erilaisissa asiantuntija- ja tietotyöläisammateissa, medialukutaidon merkityksen lisääntymistä infoähkyn hallitsemassa maailmassa ja digitalisoitumisen ennakoimattomia vaikutuksia viestintään. Media-alalla trendejä ovat myös paperin muuttuminen bittivirraksi ja median läsnäolo digitalisoitumisen myötä kaikkialla. (Saarikoski 2014).

Näkemykseni mukaan vaikuttava kirjoittamisen koulutus voisi selviytymispätevyyksiä tai työkaluja infoähkyn ja digitalisaation aikakaudella edistämällä tiedollista toimijuutta ammatikseen kirjoittavien keskuudessa ja sellaisia luovan kirjoittamisen taitoja, joilla erottaudutaan suuresta sosiaalisen median tekstimassasta positiivisesti.

## **2.5 Opetuksen kehittäminen**

Jokainen koulutus tarvitsee tuekseen kurssisuunnitelman ja -kuvauksen, joka sisältää koulutuksen tavoitteet, laajuuden ja sisällön, toteutuksen ja arvioinnin (Uusikylä & Atjonen 2005). Kehitystyöni tavoitteena on kehittää kurssikuvaus käyttäen apuna oletukseni mukaan oikeaa tietopohjaa ja empiiristä aineistoani omaksumani metodin puitteissa.

Opetusta yleisesti suunniteltaessa pitää huomioida miten opetus suunnitellaan: mitä, missä ja milloin, millä pedagogisella menetelmällä opetus toteutetaan ja miten arviointi suoritetaan. Empiristisestä loppusuoritusta korostavasta arvioinnista ollaan siirretty yhä enemmän konstruktivistiseen oppimisenäkemykseen, jonka mukaan niin opettaja kuin oppilaat ovat oppijoita, jotka hakevat toiminnastaan palautetta voidakseen parantaa sitä. Arvioinnissa voidaan käyttää ylä- ja alatason tavoitteita. Ylätason tavoitteita ovat kansalaishyveet ja humanistiset arvot, korkeakouluopetuksessa puolestaan kyseisen opetusalan hallinta. Arviointi voi olla luonteeltaan prosessiarviointia tai itsearviointia. (Rauste-von Wright, von Wright, Soini 2003, 179, 181, 184.)

Tavoitteiden määrittely ohjaa opetuksen suunnittelua ja toteutusta. Tavoitteet luovat myös arvioinnin perustan. Tavoitteiden pedagoginen päämäärä on ohjata oppijan ponnisteluja.

Tavoitteita on kritisoitu keskittymisestä pelkkään lopputuotokseen ja sen arviointiin; sen sijasta olisi asetettava prosessitavoitteita. Tavoitteilla on myös yhteys arvoihin, jotka ovat sekä yksilöllisiä että yleisiä. (Uusikylä & Atjonen 2005, 72-73.)

Suunnittelussa voi auttaa myös nk. Tylerin rationaali, joka tiivistyy seuraaviin vaiheisiin:

1. Määritellään tavoitteet, joihin opetuksella pyritään.
2. Mitkä opiskelukokemukset tarvitaan, jotta opiskelijoiden on todennäköistä saavuttaa tavoitteet?
3. Miten suunnitellut opiskelukokemukset voidaan organisoida tehokkaasti?
4. Miten voidaan päätellä, että asetetut tavoitteet saavutetaan?

(Jyrhämä, Hellström, Uusikylä, Kansanen 2016, 48.)

Opettaja valitsee tilanteeseen soveltuvat opetustavat. Myös opettajan persoonalla on merkitystä koulutuksen toteuttajana; hänellä tulee olla aitoa kiinnostusta kehitystä kohtaan. Opettajan tulisi olla refleктоiva eli hänen pitäisi peilata opetuskokemuksiansa aiemmin oppimaansa vasten. (Uusikylä & Atjonen 2005, 215, 225.)

Aikuisopetuksessa hyvä opettaja on pikemminkin ohjaaja kuin opettaja sanan varsinaisessa merkityksessä. Hyvän aikuisopettajan ominaisuuksia ovat muun muassa johdonmukaisuus, hyvät kuuntelutaidot ja kannustavuus. Hyvä kirjoittamisen ohjaaja puolestaan tuntee oppilaansa, toimii esimerkkinä, tukee ja rohkaisee, omaa tietoa ja taitoa, arvioi ja antaa palautetta. (Aalto, Jämiä, Kajaste, Kotkalainen, Marjala 2002, 13-20.)

Omiin tarkoituksiini sopii konstruktiviseen oppimisenäkemykseen perustuva oppimisenäkemys. Piloteissa ja surveyssä huomioin loppukäyttäjät ainakin osittain lopputuotteen kehittämisessä. Kontrollloivan arvioinnin sijasta omassa koulutuksessani on tärkeämpi oppilaan oma arviointi, joka auttaa hänet tulemaan tietoiseksi omista heikkouksistaan ja kehitystarpeistaan, mutta myös vahvuuksistaan. Arviointi voi tulla myös vertais- ja opettajapalautteen kautta.

### 3 Tutkimuskysymykset, -aineisto ja -menetelmät

Tässä luvussa esittelen opinnäytetyössä käyttämäni tutkimusmenetelmän, tutkimuskysymykseni, analyysimetodini ja aineistonhankintatapani. Tämän tutkimuksen tutkimusotteena on käytetty konstruktivistista menetelmää, analyysitapana laadullista sisällönanalyysia ja aineistonhankintaan puolistrukturoitua haastattelua, survey-kyselyä sekä benchmarkingia. Tutkimuksen alkukartoitushaastatteluissa etsin opiskelijoiden palautteen perusteella vastauksia opetuksen edellyttämään miten -kysymykseen. Esittelen kvalitatiivisen sisällönanalyysin ja aineistonkeruumenetelmäni survey-kyselyn, teemahaastattelun ja benchmarkingin. Valaisen, miten tutkimus on tehty käytännössä ja miten aineisto on kerätty.

#### 3.1 Konstruktiiivisella menetelmällä kohti parempaa tuotetta

Vaikuttava kirjoittaminen vastaa konkreettiseen tarpeeseen. Perinteisten luovan ja tietokirjoittamisen kurssien rinnalle tarvitaan tuotteita, jotka ottavat huomioon uusien digitaalisten medioiden edellyttämän monilukutaidon ja uuden median vaatiman kirjoitustyylin. Lähtökohtani on kehittää uusi tuote, joka paikkaa aukkoa kirjoittajakoulutuksen saralla. Olen johdannossa todennut jo kuinka paikansin koulutuksen tarpeen. Google-haulla löytyi vaikuttavan sosiaalisen median nimellä joitakin koulutuksia, vaikuttavan kirjoittamisen nimellä vain yksi. Tietysti voi olla mahdollista, että tähän rinnastuvia koulutuksia on olemassa eri nimellä.

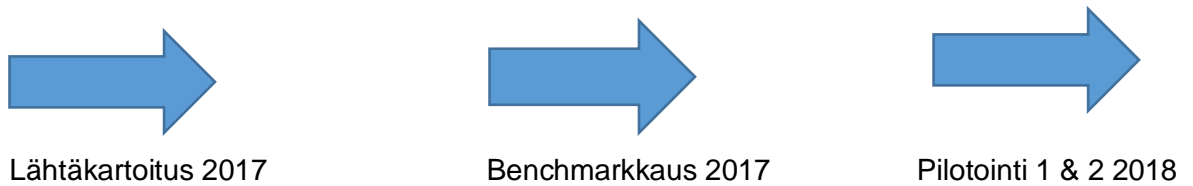
Tutkimuskysymykseni kuuluvat: *millainen on monilukutaidon huomioiva vaikuttavan kirjoittamisen koulutus, joka huomioi mahdollisimman hyvin kohderyhmän tarpeet? Miltä näyttää kurssikuvaus?*

Miksi uuden tuotteen tai palvelun kehittämiseen soveltuva konstruktiiivinen tutkimus? Koska konstruktiiivinen tutkimus etsii innovatiivisia ratkaisuja ja sopii uuden tuotteen kehittämiseen. Toinen vaihtoehto tutkimuksen toteutukselle olisi toimintatutkimus. Konstruktiiivinen menetelmä eroaa toimintatutkimuksesta siten, että se kehittää uuden palvelun tai tuotteen, kun jälkimmäinen keskittyy organisaation toiminnan parantamiseen ja ongelmallisten tilanteiden välttämiseen.

Rapoortin (1970) suosituksen määritelmän mukaan toimintatutkimus ”pyrkii vaikuttamaan ihmisten käytännöllisiin huolenaiheisiin välittömästi ongelmallisissa tilanteissa ja yhteiskuntatieteen päämääriin yhteistyössä molemminpuolisesti hyväksyttävän eettisen viitekehyksen kanssa”. Toimintatutkimuksen etuna on, että se auttaa varmistamaan yritystutkimuksen olevan käytännöllisesti relevanttia (Myers 2009, 55, 62.)

Toimintatutkimusta on kritisoitu siitä, että sen teoreettinen kontribuutio voi jäädä köykäiseksi ja siitä, että tutkijat korostavat intervention tärkeyttä organisaatiolle. (Myers 2009, 62-63). Sekä konstruktiiivinen tutkimus että toimintatutkimus jakavat siis käytännölliset huolenaiheet, mutta konstruktiiivisen tutkimuksen erona on, että se tuottaa ongelmaan ratkaisuksi uuden tuotteen tai palvelun, toimintatutkimus sen sijaan parantaa itse prosessia. Toimintatutkimus soveltuu erittäin hyvin työyhteisöjen ja organisaatiokulttuurin kehittämiseen. Koska oma tutkimusongelmani liittyy nimenomaan uuden tuotteen kehittämiseen, tarpeeseeni sopii paremmin konstruktiiivinen menetelmä.

Kehitystyöni etenee seuraavasti:



Kuvio 6. Kehitystyön eteneminen.

Konstruktiiivinen tutkimus sopii tarpeisiini myös, koska aion hankkia aineistoni interventioiden avulla (vrt. Lukka 2014). Konstruktiiivisessa tutkimuksessa tutkijan interventio on voimakasta vastakohtana tyypilliselle tutkimukselle, joka perustuu minimaaliseen häirintään. Ihanteellisessa tilanteessa konstruktio tuottaa ratkaisun tosielämän ongelmaan, mutta konstruktion on mahdollista myös epäonnistua. Tällaiset tapaukset ovat kiinnostavia akateemisen tutkimuksen näkökulmasta. (Lukka 2014.)

Konstruktiiivinen menetelmän soveltamisalue on laaja: liiketaloustieteestä tekniikkaan, lääketieteeseen, talouteen ja filosofiaan. Se tuottaa uusia ratkaisuja sekä teoreettisiin että käytännöllisiin kysymyksiin. Ratkaisut voivat olla kaikkea johdon ongelmanratkaisun tekniikoista malleihin, taulukoihin ja suunnitelmiin. Merkittävä osa kvalitatiivista konstruktiiivista tutkimusta ovat haastattelut, joita tulkitaan ja analysoidaan. Konstruktiiivista menetelmää käytetään ongelmien määrittelyyn ja ratkaisuun sekä nykyisen tuloksen parantamiseen. (Oyegoke 2011, 574, 576, 578, 579.)

Seuraava kuvaa ratkaisun etenemistä:

1. ongelma \_\_\_\_ monilukutaitoa, retoriikkaa ja tarinallisuutta edistävän kirjoittajakoulutuksen puute
2. syvällisen teoreettisen tiedon hankkiminen \_\_\_\_uutta kirjoittamista, monilukutaitoa, retoriikkaa ja tarinallisuutta kirjoittamista käsittelevän tutkimuksen kirjallisuuden lukeminen

3. ratkaisujen laatiminen \_\_\_\_\_ konstruktivisen menetelmän viimeinen vaihe, ratkaisun pohjana tietopohja ja menetelmä, aineiston analyysi
4. ratkaisujen toimivuuden testaus \_\_\_\_\_ NABC-malli, testiryhmä 1 & 2, uusi NABC
5. teoreettisten kytkentöjen näyttäminen \_\_\_\_\_ teoria ja empiria: uusi tuote
6. ratkaisun soveltamisalueen laajuuden tarkastelu

Kuvio 7. Mukailten: Konstruktivisen tutkimuksen eteneminen: ongelmasta ratkaisuun ja sen soveltamisalueen pohdintaan. (Ojasalo, Moilanen, Ritalahti 2009, 67.)

Edellinen kuvio havainnollistaa konstruktivisen tutkimuksen etenemistä vaiheittain. Ensimmäisessä vaiheessa identifioin tutkimusongelman. Se on vaikuttavan kirjoittamisen puute, jossa yhdistetään retoriikan, tarinallisuuden ja monilukutaidon periaatteita. Toisessa vaiheessa hankin aiheita koskevan ymmärryksen kartoittamalla lähtötilanteeni. Uuden konstruktion kehitän kartoitettuani lähtötilanteen, markkinoita, kilpailijoita ja parhaita käytäntöjä. Kehitän ja testaan koulutuksen sisällön pilotoinnissa. Pilotoinnin epäonnistuksessa kehitän uuden tuotteen. Tämä vastaa konstruktion sovellettavuuden testaamisvaihetta. Kehitystyön teoreettisen ja muun annin esittelen päätännössä, jossa esitän myös reflektointia kehittämistyön kulusta ja lopputuotteestani sekä mahdollisista tulevista kehitystarpeista.

Tutkimus voi käytännössä kehittää uuden teorian, jalostaa tai testata vanhaa, tai vaatimattomimpana vaihtoehtona havainnollistamaan vanhaa. Joskus havainnollistaminen vain vahvistaa konstruktivisen menetelmän toimivuutta. Vaikka menetelmä todistaisikin vain vanhan menetelmän toimivuuden, se voi antaa aiheita tutkimuksen ennakkoehtojen tarkistamiseen niin että toimiva ratkaisumalli löytyy. (Lukka 2014.)

Hyvää konstruktivisessa tutkimusotteessa on sen kahdensuuntaisuus: se pyrkii testaamaan tuotettua konstruktiota välittömästi tutkimuskohteeseen. Se pienentää käytännön ja teorian välistä kuilua ja on vahva testi aiemmalle teoreettiselle tiedolle. Kritiikkinä sille voi esittää, että konstruktivisen tutkimusotteen soveltava ja normatiivinen luonne voi tehdä siitä epäilyttävän. (Lukka 2006, 122-126).

### **3.2 Uuden tuotteen suunnittelu**

Tuotteeni on vaikuttavan kirjoittamisen koulutus ammattikirjoittajille. Opetuksen suunnittelussa on keskeistä kysyä: mitä, missä, milloin ja kenelle? Pöngän (2015) kuvio auttaa havainnollistamaan opetuksen suunnittelun etenemistä.

## Miten itse suunnittelen opetusta?

- Metasuunnittelu: miten suunnittelen juuri tämän kurssin?
- Alan ”työstämään” aihetta hyvissä ajoin
- Kerään tuoretta materiaalia
  - Ajankohtaiset some-keskustelut ja uutiset
  - Kollegoiden materiaalit aiheesta (vertaisnäkökulma)
  - Tutkimukset, artikkelit (kova tieto)
- Teen opetusmateriaalia (kuvat, esitykset, videot, blogi)
- Pysin asettumaan kohderyhmän ”pään sisään”
  - Keitä he ovat, mitä osaavat, mitä ovat viimeksi opiskelleet, millaisia ammatillisia haasteita heillä on (esim. nyt opetuskokeilut), mistä asioista he ovat kiinnostuneita
- Mietin tavoitteet – millä tavalla nämä asiat oppii parhaiten?
  - Tästä seuraa: pedagoginen malli ja skriptaus
    - Menetelmät
    - Materiaalit
    - Tehtävät
    - Verkkoympäristö
    - Arviointi

Kuvio 8. Pönkä, H.15.9.2015. Opetuksen suunnittelu: pedagogiset ja teknologiset ratkaisut.

Metasuunnitteluun palaan aineisto-luvussa. Lähtökartoituksen (haastattelut, benchmarking, ostajat, lehtikirjoittamisen osallistujat) ja surveyn eli aineiston avulla tein klusterianalyysin. Toteutan ensimmäisen pilotin ja laadin NABC-analyysin.

### 3.2.1 NABC-analyysi auttaa terästäämään tuotteen

NABC auttaa selvittämään markkinoiden tarpeet (Need), tuotteen edut asiakkaalle ja syyt ostaa tuotetta (Benefits), markkinapotentiaalin suuruuden sekä auttaa kartoittamaan kilpailutilanteen (Competition). Kilpailija-analyysissä selvitetään myös millä sisällöllisillä ominaisuuksilla koulutus voi erottautua kilpailijoista. Vaikuttavan kirjoittamisen koulutuksia on samalla nimellä Helsingin yliopiston opettajalla filosofian tohtori Kimmo Svinhufvudilla. Benchmarking-osuudessa selvitan hänen koulutuksensa sisällön, eri tuotevaihtoehdot ja tavat erottautua kilpailijoista. Sosiaalisen median kirjoittamisen kouluttajista benchmarkaan Anja Alasillan kanssa.

NABC-analyysi auttaa suunnittelemaan asiakkaan tarpeisiin mitoitettun tuotteen, joka tarjoaa uniikkia hyötyä. NABC-analyysi auttaa tarvittaessa myös pitchaamaan valmiin tuotteen asiakkaalle, koska siinä joutuu miettimään oman tuotteen vahvuuksia kilpailijoihin nähden. NABC-analyysin erilaisista hyödyntämistavoista minun käyttööni soveltuu käyttäjien tarpeiden selvittäminen. (Christian 2012.)

### 3.3 Aineiston hankinta – puolistrukturoitu haastattelu tärkein menetelmä

Aineiston hankintamenetelmäksi sopii parhaiten haastattelu, joka kestää kymmenestä minuutista tunteihin. Haastattelu voi olla luonteeltaan strukturoitu, jolloin kysymykset on laadittu etukäteen, puolistrukturoitu tai avoin. (Ojasalo, Moilanen, Ritalahti 96-97.) Haastattelussa tärkeintä on joustavuus: kysymykset voi esimerkiksi esittää siinä järjestyksessä missä tutkija haluaa ja haastattelijalla voi toimia jutussa myös havainnoitsijana. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73).

Haastattelun edut ovat monet: siinä voidaan paremmin motivoida haastateltava, se on joustava menetelmä, sallii aiheiden järjestyksen säätelyn. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 36.)

Erilaisia haastattelutyppejä voidaan luokitella esimerkiksi haastattelijan ja haastateltavan vuorovaikutusasteen mukaan. Usein avoin haastattelu lähestyy haastattelijan ja haastateltavan välistä keskustelua. Haastattelun muoto voi olla esimerkiksi teemahaastattelu, ryhmähaastattelu tai asiantuntijahaastattelu. Haastattelu voidaan tallentaa monin eri tavoin, esimerkiksi täyttämällä lomake, tekemällä muistiinpanoja, äänittämällä tai videoimalla. (Virtuaaliaammattikorkeakoulu 2018)

Asetelmat	Vastaukset		
Informaaliset asetelmat	Havainnointi ilman osallistumista	Keskustelu Dialogi	Kirjeet, elämäkerrat
Formaaliset strukturoimattomat asetelmat	Systemaattinen havainnointi ilman osallistumista	Avoin haastattelu Osallistuva/osallistava havainnointi	Avoin kysely
Formaaliset strukturoidut asetelmat	koetekniikat	Strukturoitu haastattelu	Strukturoitu kysely

Kuvio 9. Aineistonkeruun päämuodot. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 72.)



Yllä mainitussa taulukossa on luokiteltu aineistonkeruumenetelmät epämuodollisuuden (informaali) ja muodollisuuden (formaali) perusteella strukturoimattomiin (rakenteettomiin) ja strukturoituihin (rakenteellisiin, ennalta määrättyihin) menetelmiin.

Omat aineistonkeruumenetelmäni edustavat lähinnä formaaleja strukturoituja asetelmia (strukturoitu tai puolistrukturoitu haastattelu ja strukturoitu kysely), mutta käytän myös hie-  
man formaalia strukturoimatonta asetelmaa (osallistuva/osallistava havainnointi).

Haastattelun tunnuspiirteitä ovat, että se on

- tutkijan alullepanema
- ennalta suunniteltu
- edellyttää haastattelijan motivointia
- haastateltava oppii haastattelun aikana roolinsa
- haastattelu on ehdottoman luottamuksellinen.

(Hirsjärvi ja Hurme 2000, 43.)

Vaikka haastattelu on käytetyimpiä tutkimusmenetelmiä, siitäkin löytyy kritisoitavaa. Haastattelu ei välttämättä sovellu tutkimusaineistoon. Haastattelun etuja ovat muun muassa, että se antaa haastateltavalle oman äänen, syventää saatavaa tietoa, kartoittaa entuudestaan vähän kartoitettua aluetta, ja sallii kysymyksien tulkinna. Haastattelun hyvänä puolenä on myös, että sen kuluessa voidaan oikoa mahdollisia väärinkäsityksiä. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 34, 36.) Vuorovaikutteisuus on samaan aikaan rikkaus ja ansa: haastattelun anti riippuu osittain tutkijasta.

Lisäksi kritiikkinä haastattelulle voi esittää, että liian nopeasti tehdyt kysymykset eivät tuo tutkijalle tarpeeksi validia tutkimustietoa. Luotettavuusongelmia syntyy myös, jos kyse on pitkäaikaisista haastatteluista ja ihmisten kertomukset vaihtelevat eri aikoina. (Eskola & Suoranta 2008, 87).

Tutkimuksen luotettavuuden mittarit ovat kvantitatiivisesta tutkimuksesta tulevat reliabelius ja validius. Reliabelius tarkoittaa samaa tutkimustulosta kahdella eri mittauskerralla tai kahden arvioitsijan samanlaista arviota. Validius tarkoittaa tutkimuksen luotettavuutta.

Toteutin haastatteluni seuraavalla tavalla. Haastattelin puhelimesta retoriikan tuntijaa, teologian tohtori Juhana Torkkia. Haastattelu kesti 45 minuuttia. Litteroin muistiinpanot tietokoneelle. Molemmissa puolistrukturoiduissa haastatteluissa tein tarvittaessa lisäkysymyksiä.

Lehtikirjoittamisen kurssin haastattelun toteutin myös puolistrukturoituna ryhmähaastatteluna, jossa kumpikin osallistuja sai erikseen lausua mielipiteensä. Lisäksi esitin täydentäviä kysymyksiä ja varmistin ymmärtäneeni kaikki asiat oikein. Näin varmistin haastattelujen reliiäabeliuden. Tiedostan, että lehtikirjoittamisen haastattelussa on pieni luotettavuusongelma, joka liittyy siihen, että haastattelin osallistujia kasvokkain. Uskalsivatko he sanoa kaikki kriittiset kommenttinsa ääneen?

Puolistrukturoidun haastattelun kysymyksistä osa on siis laadittu etukäteen, osa keksitään haastattelutilanteessa. Haastateltava saa vastata omin sanoin. (Eskola & Suoranta 2008, 86). Puolistrukturoidussa teemahaastattelussa tutkijan rooli on vastuullinen. Hänestä on kiinni, syntykö haastattelutilanteessa merkitseviä lisäkysymyksiä.

### **3.3.1 Benchmarking – parhaita käytäntöjä etsimässä**

Benchmarking tarkoittaa karkeasti parhaiden käytäntöjen etsimistä tai vertailuanalyysiä. Termille ei ole vakiintunutta suomenkielistä käännöstä. Benchmarkingissa etsitään kehitystyötä vastaavalta alalta yritys, jonka liiketoimintaa voidaan pitää onnistuneena. Liiketoiminnassa benchmarking tarkoittaa toisin sanoin ilmaisten korkeinta mahdollista hyötyä matalimmalla mahdollisella kustannuksella. Parhaat käytännöt yleensä leviävät yleensä organisaatiosta toiseen. (Cudney & Agustyadi 2017, 59-60.)

Vertailukumppani etsitään yleensä itse paremmasta organisaatiosta. Vertailu suoritetaan usein vierailulla organisaatioon, tai hakemalla tietoa kirjoista, artikkeleista tai tutkimuksista. (Hyvällä tieteellä on tekijänsä 2018).

Minulla oli benchmarkattavana filosofian tohtori Kimmo Svinhufvud ja Anja Alasilta. Tein Svinhufvudin benchmarkkauksen puhelinhaastatteluna, joka kesti 1,5 tuntia. Litteroin muistiinpanot tietokoneelle. Lisäksi olen etsinyt tietoa Svinhufvudin kirjasta Kokonaisvaltainen kirjoittaminen (2017) ja hänen yrityksensä internet-sivuilta. Haastatteluista olen etsinyt parempia käytäntöjä tai kehitysvinkkejä omaan koulutukseeni. Svinhufvudin haastattelusta sain vahvistusta vaikuttavan kirjoittamisen koulutuksen määritelmälle ja sisällölle.

Anja Alasillan benchmarkkauksen suoritin lukemalla hänen sosiaalisen median kirjoittamista koskevia kirjojaan ja tutustumalla hänen yrityksensä internet-sivuihin.

### 3.3.2 Kyselytutkimuksella täydentävää tietoa

Kysely- eli survey-tutkimuksen tarkoituksena on saada koottua tietyin kriteerein valitulta joukolta vastauksia samoihin kysymyksiin (Anttila 2006). Lomaketutkimuksissa on pyrittävä tutkimusongelman kannalta kattavaan, mutta samalla yksinkertaiseen ja helppotajuihin kysymyksenasetteluun. Lomakkeen potentiaalisten palauttajien täytyy paitsi jaksaa, myös osata vastata kyselyyn. (Taanila 2011.)

Olen ohjeiden mukaisesti laatinut yksinkertaisia kysymyksiä survey-kyselyihin. Tein kaksi surveytä: yhden ammatikseen kirjoittaville eli laajalle oletuskohderyhmälleni ja toisen pilotti 2:een osallistuneille kolmelle henkilölle. Ensimmäinen surveyni oli suunnattu ammattikirjoittajille ja siinä kysyttiin osaamista retorisisissa keinoissa, monilukutaidossa ja tarinallisuudessa. Lisäksi kyselyssä selvitettiin mihin vaikuttavaa kirjoittamista haluttiin sovelletavan: faktapohjaiseen kirjoittamiseen, lehtikirjoittamiseen, sosiaalisen median monikanavaisiin teksteihin vai tiedottamiseen. Survey-kyselyssä on avattu kaikki käsitteet: retoriset keinot, monilukutaito ja tarinallisuus, jottei väärinkäsityksiä syntyisi.

Kriittinen korkeakoulu teki pilotti 1:stä oman kyselynsä, jonka vastaajat olivat anonymisoituja. Kaikki kysymykset olivat avoimia kysymyksiä.

Kyselyn luotettavuuden mittareina pidetään täydellisyyttä: onko kaikkiin kysymyksiin saatu vastaus. Toinen luotettavuuden mittari on täsmällisyys: onko kysymyksiin vastattu täsmällisesti. Kolmas ja viimeinen luotettavuuden kriteeri on yhtenäisyys: ovatko kaikki tulkinneet ja ymmärtäneet kysymykset ja ohjeet samalla tavalla. (Virtuaaliammattikorkeakoulu).

Mahdollisuuksien mukaan kaikkien kohtien pitää täyttyä, jotta kyselyt olisivat mahdollisimman luotettavia eli reliaabeleja. Tutkijan oma laaduntarkkailu varmistaa, että luotettavuuden kriteereinä toimivat täydellisyys, täsmällisyys ja yhtenäisyys toteutuvat.

Kaikki survey-materiaali on hankittu tammikuun 2017-huhtikuun 2018 aikana.

Haastattelua ja kyselylomaketta ei välttämättä pidä nähdä toisilleen vastakkaisina, vaan niiden voi tulkita täydentävän toisiaan. Haastattelujen anti kvalitatiivisessa tutkimuksessa on kiinni paljolti tutkijan analyysitaidoista. Hyvästäkään aineistosta ei välttämättä tule hyödyllisiä tuloksia, jos tutkijan analyysitaidoissa on puutteita.

Kysely- eli survey-tutkimuksen tarkoituksena on saada koottua tietyin kriteerein valitulta joukolta vastauksia samoihin kysymyksiin (Anttila 2006).

Aineistoa kerätessä on tärkeä kertoa mitä aineistoa on hankittu, missä ja kuinka pitkästi, millä menetelmin ja minkä vuoksi juuri näiden menetelmien avulla. Sen kerron seuraavaksi, haastateltavien esittelyn lisäksi.

### 3.3.3 Havainnointi

Havainnoinnin voi suorittaa itse organisaatiossa. Toteutin havainnoinnin kahdella lehtikirjoittamisen kurssillani, tammi-helmikuussa 2017 ja kesällä 2017, ja pilotti 1:ssä helmikuussa 2018. Tein kurssilla muistiinpanoja ja muistiinpanot siirsin tietokoneelle. Havainnoinnin avulla olen tulkinut kurssilaisten reaktioita tehtäviin, saanut siis eräänlaista epävirallista palautetta.

Havainnointia käytetään liian usein synonyyminä kenttätyöstä ja etnografiasta. Osallistuvassa havainnoinnissa tutkija viettää aikaansa tutkimuskohteen parissa. Osallistuva havainnointi on laadullisen tutkimuksen perusmenetelmä, joka on kehittänyt laadullisen metodologian nykyiseen muotoonsa. Havainnointia eli observointia voi käyttää rinnakkain muiden menetelmien, kuten haastattelun kanssa, kuten esimerkiksi kulttuuriantropologi Malinowski teki. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 37, 43-49, 136).

### 3.4 Aineiston esittely ja tavoite

Olen järjestänyt lehtikirjoittamisen ensimmäisen kurssin Kriittisessä korkeakoulussa tammi-helmikuussa 2017. Sieltä haastattelin H1:stä ja H2:sta:

- H1 on FM suomen kielestä, kokenut viestinnän opettaja Aalto yliopistolla, joka on opettanut myös ammattikorkeakouluissa. Hän on kirjoittanut jonkin verran lähinnä ammattilehtiin ja pitää omaa blogia. Hän julkaisee siellä asiantuntijatekstejä. Hänellä on myös oma Tekstitaivas-niminen yritys, joka tarjoaa valmennusta opinäyte- ja työelämätekstien kirjoittamiseen. Hän puhuu yrityksensä sivuilla vahvoista ja vaikuttavista työelämäteksteistä.
- H2 entinen vaatesuunnittelija, joka on syksyllä 2017 päässyt medianomin opintoihin Haaga-Heliaan. Haastattelun teimme kurssin loppuksi Fredrikinkadun Café Picnicissä 18.2.2017.

Haastattelussa H1:n ja H2:n kanssa käsitelimme kurssin sisältöä, opetusmenetelmiä ja omaa oppimista sekä kehitysvinkkejä. Haastattelu kesti 1,5 tuntia. Litteroin käsin tehdyt muistiinpanot myöhemmin tietokoneelle.

Kriittinen korkeakoulu järjesti toisen kurssin touko-kesäkuussa 2017 ja sinne tuli neljä osanottajaa. Toisen lehtikirjoittamisen kurssin osallistujat numeroin H3-H5:ksi:

- Haastateltava 3 kirjoitti fiktiota, lähinnä runoja, ja hän oli ottanut ensiaskelia lehtikirjoittajana paikallisessa ilmaisjakelulehdessä. Lisäksi hän oli suorittanut vastaavan kurssin Oriveden opistossa ja opiskellut luovan kirjoittamisen perus- ja aineopinnot Jyväskylän yliopistossa. Kirjoittajana hänellä oli kokemusta runoista ja aforismeista ja lehtikirjoittajana hän oli aloittelija. Tieteellistä kirjoittamista hän oli harrastanut jonkin verran. Hän oli koulutukseltaan FM ja KM.
- Haastateltava 4 oli kirjoittanut paikallislehteen ja toivoi saavansa lisätienestiä sivutoimisesta kirjoittamisesta kurssin jälkeen. Hän kirjoitti myös runoja.
- Haastateltava 5 oli entisessä työssään kirjoittanut muun muassa mainostekstejä yritykselle. Hän käänsi näytelmiä ja kirjoitti omia harrastajateattereille.

H3-H5:lle olen tehnyt sähköpostihaastattelun. Lisäksi olen haastatellut seuraavaa henkilöä, joka on johtavia retoriikan opettajia Suomessa:

- Juhana Torkki on teologian tohtori, joka on julkaissut viisi puhetaitoa käsittelevää kirjaa Otavalta. Puhevalta-yrityksensä sivuilla Torkki kertoo valmentaneensa ihmisiä ministereistä suurten yritysten toimitusjohtajiin ja tavallisiin ihmisiin.

Benchmarking-haastattelut:

- Helsingin yliopiston äidinkielen opettaja, filosofian tohtori Kimmo Svinhufvud. Puhelinhaastattelu kesti 1,5 tuntia ja kirjasin muistiinpanot suoraan tietokoneelle, litteroin ne myöhemmin.
- Anja Alasilta tarjoaa vaikuttavan kirjoittamisen koulutusta tehotunnista tekstipajaan, verkkokoulutukseen ja vuosivalmennukseen. Yrittäjäuraa hänellä on takana 30 vuoden verran. Hänellä on asiakkainaan valtionhallintoa, kuntia ja kaupunkeja, järjestöjä, yrityksiä, yliopistoja ja oppilaitoksia. Benchmarkkasin tutustumalla hänen internet-sivuihinsa ja lukemalla kirjojaan.

Lisäksi kartoitin lähtötilannetta mahdollisia koulutuksen ostajiani lähettämällä järjestön ja puolueen edustajille haastattelukysymykset. Haastattelukysymykset lähtivät parille kymmenelle taholle, mutta vastauksia sain vain kahdesta paikasta.

- Suomen Pakolaisavun tiedottaja Ruut Tolonen

- Vihreiden puoluesihteerin Lasse Heikkinen

Näihin kahteen sain sähköpostitse vastaukset.

Ammatikseen kirjoittaville osoitettuun kyselyyn vastasi 54 ihmistä, joista 15 oli miehiä ja 38 naisia. Yksi ei vastannut sukupuolta koskevaan kysymykseen. Kyselyllä kartoitin esitietoja retorisisista keinoista, tarinallisuudesta ja monilukutaidosta. Pysin selvittämään mihin koulutukseen haluttiin keskittyvän. Toinen survey oli osoitettu kolmelle pilotti 2:een osallistuneelle henkilölle.

Kaikki edellä mainitut haastattelut, benchmarkingit, kyselyt sekä havainnointi muodostavat aineistoni. Lehtikirjoittamisen kurssillani hyödynsin myös omaa havainnointiani.

Haastateltavani ovat olleet tärkeitä informantteja kehitystyöni kannalta, koska he ovat edustaneet toisen tuotteeni loppukäyttäjää tai mahdollisia uuden tuotteeni ostajia. Kaikki haastattelut olen tehnyt 2017-2018 huhtikuun välisenä aikana.

Pilotin pidin aineiston analysoituani ja omaksuttuani parhaimmat ominaisuudet ja käytännöt omaan tuotteeseeni. Suunnittelin tehtävät

Pilotin 1 suoritin helmikuussa 2018 Vaikuttavan kirjoittamisen kurssilleni 17. ja 24.2. oli tullut yhteensä kuusi osallistujaa. He olivat:

- Haastateltava 6 oli opiskellut suomen kieltä ja harrasti luovaa kirjoittamista; hän kirjoitti laululyriikoita ja proosaa. Hän työskenteli tiedottajana ja tähtäsi toimittajaksi.
- Haastateltava 7 oli valmistunut Haaga-Heliasta johdon assistentiksi ja kirjoitti työsään työhyvinvointiaiheisia blogitekstejä ja päivitti sosiaalisen median kanavia.
- Haastateltava 8 teki markkinointiviestintää ja vaikuttajaviestintää työkseen ja kirjoitti vapaa-ajallaan paljon. Luova kirjoittaminen oli ollut myös hänen sivuaineensa yliopisto-opinnoissa.
- Haastateltava 9 harrasti muun muassa asiatekstien kirjoittamista ja sanoi olevansa hakeutumassa medianomiopintoihin Haaga-Heliaan.
- Haastateltava 10 oli viestinnän töissä kirjoittanut tiedotteita ja asiatekstejä.
- Haastateltava 11 oli kirjoittanut erilaisissa työpaikoissa ja halusi erään yhdistyksen puheenjohtajana vaikuttaa päättäjiin.

Pilotti 2:een osallistuivat seuraavat henkilöt:

- H1, jonka jo tunnemme, ja jonka esittely löytyy metodiluvun lopusta kappaleesta aineiston esittely. FM suomen kielestä, kokenut viestinnän opettaja Aalto yliopistolla.
- H12: Syöpä-lehden toimitussihteeri 2016-2018. Valmistunut Tampereen yliopistosta tiedotusoppi pääaineenaan. Ollut terveysviestinnän alalla töissä parinkymmenen vuoden ajan, aiemmin muun muassa THL:llä, Stakesissa ja Alkossa. Hän kirjoittaa työssään jatkuvasti. Sosiaalisessa mediassa hän kirjoittaa vain omille tileilleen, ei järjestön tileille. Hän on tehnyt myös Facebook-videoita. Hän on osallistunut monille lyhyille kirjoituskursseille.
- H13: työskenteli rahoitusallalla ja ei varsinaisesti kirjoittanut työssään. Hän piti kulttuuriaiheista blogia vapaa-ajallaan, johon keräsi kirjoittamiaan arvioita kulttuuritahtumista.

### 3.5 Aineiston analyysi kvalitatiivisella sisällönanalyysillä

Laadullinen sisällönanalyysi perustuu yleensä tekstin tai kuvan tulkintaan eroja ja yhtäläisyyksiä etsimällä. Ensi vaiheessa tekstit ja dokumentit analysoidaan tilastomenetelmin, toisessa vaiheessa seuraa johtopäätelmien teko. Johtopäätöksiksi sopivat merkittävät yhtäläisyydet ja eroavaisuudet. (Seuring & Gold 2012, 545-546.)

Analyysin kohteena voivat olla kirjat, artikkelit, päiväkirjat, kirjeet, haastattelu, puhe, keskustelu, dialogi, raportit ja mikä tahansa muu kirjalliseen muotoon saatettu dokumentti. Sisällönanalyysin ensimmäisessä vaiheessa päätetään, mikä on tärkeää, toisessa vaiheessa aineisto litteroidaan tai koodataan ja kolmannessa vaiheessa luokitellaan ja teemoitetaan aihepiirien mukaan.

Kvalitatiivinen sisältöanalyysi sopii hyvin tutkimuksen teon työkaluksi, koska se perustuu klassiseen, luotettavaan eri kirjallisuuslähteiden analyysiin. Kvalitatiivista tutkimusta voi sanoa postmoderniksi, kun kvantitatiivinen on luonteeltaan modernia. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 21).

Sisällönanalyysi pyrkii muodostamaan tutkittavasta ilmiöstä laajemman kuvan sijoittamalla sen myös yhteiskunnalliseen kontekstiin. Määrälliseen analyysiin ja objektiivisuuden ihanteeseen perustuva sisällön erittely eroaa laadullisesta sisällönanalyysistä. (Tuomi ja Sarajärvi 2009, 92-93, 103, 105–106).

Laadullisessa analyysissä ei ole kvantitatiivisen tutkimuksen edellyttämää vähimmäisotosta tutkimuksen validiuden perusteena, vaan hyvän tutkimuksen voi toteuttaa pienemmälläkin aineistolla. Laadullinen analyysi koostuu kahdesta vaiheesta; havaintojen pelkistämisestä

ja arvoituksen ratkaisemisesta eli tulkinnasta. Erot ihmisten tai havaintoyksikköjen välillä ovat merkitseviä, koska ne antavat osviittaa analyysin lopputuloksista. (Alasuutari 38,43.)

Kvalitatiivisen sisällönanalyysin purun eli analyysi- ja tulkintavaiheen toteutin klusterianalyysin avulla. Klusterianalyysissä etsin kattoteemoja ja niiden alle merkitseviä löydöksiä ja lähtöhaastatteluista sekä kyselyistä. Ryhmittelin löydökset kattoteemojen alle. Näistä koostan taulukon. Tämä taulukko auttaa teoriapohjan ohella koulutuksen sisältöä ja pilotin tehtäviä kehitettäessä sekä kohderyhmääni määriteltäessä.

Tutkijan tulkintataidoista ja rohkeudesta tulkinta syntyy parhaimmillaan mahdollisesti teoriaa edistäviä oivalluksia. Tutkijalla saisikin mielellään olla tietoa yhteiskunta- ja humanistisista tieteistä, jotta hän kykenisi tekemään mahdollisimman yhteiskunnallisesti kauaskantoisia ja relevantteja, yleistettävissä olevia tulkintoja.

Tulkinnan suunta on joko yleisestä yksityiseen (deduktiivinen päättely) tai yksityisestä yleiseen (induktiivinen). Oma tulkintasuuntani on yksityisestä yleiseen eli käyttäjäkokemusten perusteella teen yleisiä päätelmiä koulutukseni sisällöstä.



## 4 Empiirinen osuus

Tässä luvussa kartoitan lähtötilanteen haastatteluiden ja ammattikirjoittajille suunnatun survey-kyselyn avulla, raportoin benchmarking-haastattelut ja kahden mahdolliseen ostajakohderyhmääni kuuluvan haastateltavan vastaukset.

Puran haastattelujen aineiston ensin teema kerrallaan. Luvussa 4.1 käsittelen lehtikirjoittamisen kurssin havainnoinnin. Metasuunnittelun taustana oli aluksi ajatus koulutukseni analyysi- ja tekstintuotantotehtävien rajaamisesta digitaalisille julkaisualustoille.

Svnhufvudin benchmarking-haastattelussa olen selvittänyt vaikuttavan kirjoittamisen koulutuksen sisältöjä ja tavoitteita ja hänen käyttämiään taustamateriaaleja. Alasillan benchmarkingin suoritin tutustumalla hänen internet-sivuihinsa ja kirjoihinsa. Svnhufvudin haastattelu on antanut ajatuksia oman koulutukseni jatkokehittämiseen kenties markkinoinnin suuntaan. Alasillan koulutuksen toteutustavoista olen saanut ideoita itselleni.

Retoriikkaa käsittelevässä haastattelussa olen selvittänyt millaisia hyviä käytäntöjä voisin omaksua Juhana Torkilta omaan käyttööni.

Puran aineistoni keruumenetelmä kerrallaan ja peilaan hankkimaani aiheistoa myös taustateoriaan. 4.1-luvussa käsittelen lehtikirjoittamisen palautteen, 4.2.-luvussa haastattelun, 4.3.-luvussa benchmarkattavat, 4.4-luvussa ostajien vastaukset, 4.5-luvussa surveyt, 4.6-luvussa teen klusterianalyysin, 4.7-luvussa NABC-analyysin ja 4.8-luvussa esittelen pilotti 1:n tulokset.

### 4.1 Lehtikirjoittamisen kurssien palaute: workshop-henkinen toteutus kannusti

#### edistämään omaa projektia

Lehtikirjoittamisen ensimmäisellä kurssilla tammikuussa oli seitsemän osallistujaa. Monilla oli taustaa kirjoittamisessa ja pari teki toimittajan tai copywriterin töitä. Muutama osallistuja oli aloittelija. Viisi jättäytyi pois työ- ja muiden kiireiden vuoksi. Kurssilleni jäi kaksi aktiivista osallistujaa, haastateltava 1 ja haastateltava 2, jotka olen esitellyt jo metodiluvun lopussa. He olivat intensiivisesti mukana kaikilla viidellä tapaamiskerralla.

Haastateltava 1 on kokenut viestinnän opettaja Aalto-yliopistolla, joka on opettanut myös ammattikorkeakouluissa. Haastateltava 2 on medianomiopiskelija Haaga-Heliassa ja entinen vaatesuunnittelija, joka on kirjoittanut englanninkielisiä mainostekstejä entisessä työssään. Lehtikirjoittamisen kurssin osallistujia olen haastatellut, koska näin olen kartoittanut lähtötilanteen: mitkä metodeistani ovat toimineet aiemmissa tuotteissani ja millaisia kehitysehdotuksia kurssilaisilla on ollut.

Jokaisella tapaamiskerralla käsitelimme eri aiheita. Ensimmäisellä kerralla oli teoriaa. Sen lähteenä olen käyttänyt Maarit Jaakkolan perusoppikirjaa Hyvä journalismi: käytännön esimerkkejä kirjoittajalle (Kansanvalistusseura 2013). Seuraavalla kerralla käsitelimme kritiikkiä, sitten henkilöjuttua ja lopuksi reportaasia ja narratiivista journalismia. Temaattinen keskittyminen toimi. Käytin esimerkkeinä narratiivisia juttuja Kodin Kuvalehdestä, eri alan taidekriitikkejä ja oman tyylin kehittäneiden Tuomas Kyrön ja Ruben Stillerin kolumneja. Jokaisella kerralla aktiiviset osallistujat olivat lähettäneet luettavaksi ja analysoitavaksi oman tekstinsä. He saivat siitä opettajapalautteen ja vertaispalautteen.

Opettamismetodi, lukeminen ja kirjoittaminen, toimi haastateltava 1:n ja 2:n mielestä hyvin. Se auttoi myös tunnistamaan omia vahvuuksia. Haastateltava 2 sanoi:

H2: ”Opin kurssilla tunnistamaan erityisesti heikkouksiani kirjoittajana. Myös vahvuuksiani tunnistin.”

Sekä haastateltava 1 & 2 kokivat oppineensa kurssilla antamaan ja saamaan palautetta. He myös pitivät palautetta tärkeänä, kuten haastateltava 1 tiivistää:

H1: ”Vertaispalaute toi toisen näkökulman, mistä pidän paljon.”

Palautetta opiskelijat saivat siis opettajalta ja toisiltaan, keskustelelevassa ilmapiirissä. Tämä sai aikaan oivalluksia.

Palautteenanto voi toimia yhtenä arviointikriteerinä. Koulutustapahtuman arviointi on hyvin subjektiivinen asia: tavoitteiden saavuttaminen voi toimia yhtenä kriteerinä, mutta opettajan ja opiskelijan kokemukset eroavat usein toisistaan. Opetustapahtuman arvioinnissa voi selvittää millaiset opetusmateriaalit ja -muodot sopivat mihinkin opetustilanteeseen; kyse on samalla oman työn tutkimisesta. (Jyrhämä, Hellström, Uusikylä & Kansanen 2016, 193.)

Kurssi innosti kirjoittajana ja viestijänä kokeneempaa haastateltava 1:stä jatkamaan itsensä kehittämistä lehtikirjoittajana, ja myös haastateltava 2 huomasi kehitystarpeita:

H2: ”Minun pitää kirjoittaa enemmän. Kun kirjoittaisi enemmän, oppisi persoonallisemmaksi. “

Oman äänen löytäminen on haaste, jonka kohtaavat kaikki kirjoittajat fiktiivisen tekstin kirjoittajista lehtikirjoittajiin. Siksi siihen on hyvä harjaannuttaa varhaisessa vaiheessa. Persoonallisuus edellyttää rohkeutta ja totuttujen totuuksien kyseenalaistamista.

Yhteistä molemmille kursseille osallistujille näytti olevan, että he olisivat halunneet pidemmän kurssin ja tapaamisia harvemmin, noin kahden viikon välein. Tuplamittaisena kursilla oppisi haastateltava 1:n mielestä myös tutustumaan toimitusprosessiin, syvällisemmin juttujen editointiin ja median toimintaan yleensä.

Haastateltava 1 toi esille kehitysehdotuksena käänteisen oppimisen:

H1: ”Kurssilla olisi innostavaa kokeilla käänteistä oppimista (flipped learning). Opettaja antaisi valitsemansa tekstiesimerkit tutkailtavaksi tehtävänannon kera seuraavaksi kerraksi, ja silloin syvennettäisiin etäjaksolla opiskeltua. Tapaamisessa sitten viriteltäisiin omaa juttua ja sitä seuraavalla kerralla käsiteltäisiin osallistujien omia juttuja (vertaispalaute tunnilla).”

Flipped Learningiä olen käyttänyt lehtikirjoittamisen kursseillani syksystä 2017 lähtien. Osa tunnista käytetään aina lukemisen lisäksi oman jutun edistämiseen. Opiskelijat voivat kysyä kirjoittamisen lomassa omaa projektiaan eteenpäin auttavia kysymyksiä.

Käänteisen oppimisen lisäksi olen tietopohjassa puhunut tutkivasta oppimisesta, joka tekee oppimisesta yhteisöllisen projektin. Tutkiva oppiminen on oppimisen malli, joka tukee asiantuntijalle tyypillistä tiedonhankintaa ja kannustaa jakamaan osaamistaan. Tutkiva oppiminen etenee vaiheittain: ensin luodaan konteksti (valitaan yhteinen ongelma), hyödynnetään jaettua asiantuntijuutta (verkostopohjaisen oppimisympäristön käyttäminen), asetetaan tutkimuskysymykset (miksi ja kuinka), luodaan työskentelyteoriat, kriittinen arviointi, uuden tiedon etsiminen ja lopuksi uusien kysymysten ja työskentelyteorioiden asettaminen ja luominen. (Hakkarainen, Bollström-Huttunen, Pyysalo, Lonka 2005, 29-30, 38).

Tutkivaa oppimista voisin hyödyntää tekemällä tehtäviä, joissa opiskelijat saavat omatoimisesti etsiä tehtävänantoon sopivia sosiaalisen median tekstejä ja perustella, miksi juuri nämä tekstit sopivat. Tehtävä voisi käsitellä esimerkiksi tarinallisuutta yritysten blogeissa. Tämä lisäisi myös metakognitiivisia kykyjä.

Haastateltava 1 toivoi tekstien analyysiä yhdessä. Haastateltava 1 ja 2 toivoivat tekstejä etukäteen luettaviksi ainakin muille kurssilaisille, jotta aikaa lukemiseen ei kuluisi niin paljon. Workshop-henkisyys, keskusteleavuus, ja juttuvalinnat saivat kannatusta. Molemmat haastateltavat saivat tietoa sovellettavissa olevaa tietoa eri juttulajeista. Lukemalla tekstilajeja oppi tunnistamaan ja myös vertailu oli haastateltava 1:n mielestä hyödyllistä. Juttuja haluttiin editoida paremmiksi ja kirjoittamiseen käyttää aikaa enemmän kuin lukemiseen.

Johtopäätökseni H1:n ja H2:n kommenteista oli, että opetusmetodista pidettiin, koulutus auttoi tunnistamaan eri tekstilajeja, opetti antamaan ja saamaan palautetta, ja lisäksi osallistujat kokivat saaneensa riittävästi palautetta opettajalta. Opiskelijapalaute tuki näkemystä hyvän opettajan ominaisuuksista, jotka olen esittänyt teoriaosan lopussa. Hyvä opettaja kannustaa, rohkaisee löytämään omat vahvuudet ja antaa tilaa dialogiselle oppimiselle. Hän myös huomioi jokaisen taustan kirjoittajana, ja erityiset vahvuudet.

Tunnin aikana käydyissä keskusteluissa H1 ja H2 toivat esiin halunsa oppia kirjoittamaan tehokkaampia sosiaalisen median tekstejä, esimerkiksi blogitekstin. H1 toi myös luetta-  
vaksemme pari blogitekstiä omalta asiantuntemusalueeltaan viestinnästä.

#### **4.1.2 Kehitysehdotuksia: aikataulutus, rakenne**

Toinen lehtikirjoittamisen kurssi oli Kriittisellä korkeakoululla touko-kesäkuussa 2017. Kurssilleni oli tullut neljä osanottajaa, joista kolme oli loppuun saakka ja vastasi kyselyyni. Haastateltavat olen nimennyt H3-H5:ksi. Haastateltava 3 toivoi saavansa toimittajan töistä sivutoimisesti lisätuloja. Haastateltava 4 oli kasvatustieteiden ja filosofian maisteri, joka työskenteli erityisopettajana. Haastateltava 5 oli työelämässä kirjoittanut mainostekstejä ja lisäksi hän kirjoitti näytelmiä harrastajateattereille.

H3 kommentoi lähiopetuksen tärkeyttä:

H3: "Opiskelu oli kuitenkin kirjemuotoista ja tieto jäi siitä syystä ulkokohtaiseksi. Kun käydään paikan päällä, luetaan omia töitä ääneen ja saadaan välitön palaute, tämä auttaa sisäistämään opittua."

(Haastateltava 3, sähköpostihaastattelu, 12.7.2017.)

Tässä hän viittasi johonkin aiempaan kurssiin, joka oli kirjemuotoinen etätoteutus. Kasvokkain näkemisestä on hänen mielestään etuja: välitön palaute, joka nopeuttaa opetusta. Toisten kommentteja kuullessa syntyy myös oivalluksia, joita ei yksi syntyisi.

Haastateltava 3 koki saaneensa kurssilta juuri sitä mitä tuli hakemaan: opastusta ja johdatusta kädestä pitäen eri juttutyyppeihin. Paikan päällä kirjoittamisen oppiminen oli hänestä myös hyödyllistä.

Myös erityisopettajana toimiva haastateltava 4 sai kirjoittamiseen ja lukemiseen pohjautu-  
valta kurssilta sen, mitä tuli hakemaan:

H4: ”Taitavaksi kirjoittajaksi oppii kirjoittamalla ja lukemalla. Tämä on totuus, johon kannattaa nojata, kun mielestäni opettaa kirjoittamista. Lukee ja analysoi lukemaansa, opettaa paljon. Mikä tärkeintä, pistää oman oppimisprosessin liikkeelle. Se on mielestäni parasta mitä lyhyellä kurssilla voi saada.”

(Haastateltava 4, sähköpostihaastattelu 12.7.2017.)

Lukeminen ja kirjoittaminen metodina siis toimi. Tämä vahvisti ensimmäisellä kurssilla saatuja näkemyksiä. Samoin keskittyminen lajeihin: uutinen, kolumni, kritiikki ja henkilöjuttu koettiin toimivaksi. Keskusteleavuus sai tukea opettajaosallistujalta.

H5 piti kurssia hyvänä, ilmapiiriä rentona ja hyvänä. Haastateltava 5:llä oli myös kehitysehdotuksia:

H5: ”Kirjoitustehtävät ovat aina hyviä. Koska aikaa on vähän, voisiko myös tehtävä olla selkeästi/selkeämmin rajattu. Pikku-uutinen jostain tapahtumasta tai asiasta, jonkun pitemmän jutun ingressi tai aloitus tms. Voisiko kaikille jakaa saman tehtävän/lähdeaineiston, silloin näkisimme samasta aiheesta ja aineistosta useita eri versioita.”

H5: ”Keskustelut ja juttujen (omien ja ammattikirjoittajien) kommentointi ovat hyviä, kommentoinnin aloittavat kurssilaiset, ei opettaja. Opettaja voisi heittää kysymyksiä (ehkä jo ennen lukemista), joita vasten juttua tulisi tarkastella.”

H5: ”Alussa voitaisiin sopia, että kännykät äänettömälle ja niitä saa vain tauolla, tämä koskee myös opettajaa.”

H5: ”Mielestäni olisi hyvä, jos opettajalla on selkeä oma suunnitelma, mitä kurssilla tehdään, mitä asioita käsitellään, (itsellään) aikataulu jne. Oppilaat saavat sitten vain hyväksyä sen. Se että kysytään kurssilaisilta, että mitä haluatte, siinä jollakin tavoin kurssi ja sen hallinta hajoaa. Erilaisia näkemyksiä ja toiveita on niin paljon. Parempi, että opettajalla on oma suunnitelma ja pitää napakasti siitä kiinni, oppilaat tykkäävät jämäkkyyydestä ja kyllä hyväksyvät sen. Kunhan pysytään kurssin nimen ja lupauksen puitteissa. Parempi aina ehtiä pari asiaa kunnolla, kuin yrittää liian paljon. Jos joku toivoo jotain, mitä opettaja ei ole suunnitellut, niin hänelle voi sanoa, että tällä kurssilla emme ehdi käsitellä sitä tai että se ei kuulu tämän kurssin aihepiiriin.”

(Haastateltava 5, sähköpostihaastattelu 12.7.2017.)

Koulutusta koskevissa kommenteissa tuli kehitysehdotuksia: kännykköjen sulkeminen alussa, tiukka rakenne ja aikataulutus koulutuksen pohjana. Kommentoinnin aloittajat kurssilaiset, ei opettaja. Sokraattinen dialogi, joka kyselee oppilaiden toiveita, ei kommentijan mukaan toimi. Tästä kurssista olen ottanut opikseni. Enää en kysele liiaksi opiskelijoiden mielipiteitä ja annan aloitusvuoron opiskelijoille.

Saamani yleisen palautteen perusteella lehtikirjoittamisen kurssin laajuus on mielellään tuplasti enemmän kuin ensimmäisen lehtikirjoittamisen kurssini. Pelkkä opetukseen keskittyminen ja tiukempi rakenne tunneille olivat kehitystoivomuksia. Uuteen koulutustuotteeseeni voin omaksua aikataulutuksen, jonka saavutan tehtäväpohjaisella rakenteella. Lukeminen ja kirjoittaminen tulee pysymään uuden tuotteeni metodina. Myös tehtävien selkeä rajaus on ehdotus, joka kannattaa hyödyntää uudessa koulutustuotteessa.

#### **4.2 Haastattelu: Torkki haluaa saada muutoksen ihmisten elämään**

Haastateltavana minulla oli teologian tohtori, puhekouluttaja Juhana Torkki, joka on sparrannut kirjoittajia ministereistä yritysjohtajiin ja tavallisiin ihmisiin. Haastattelu tehtiin puhelimesta ja se kesti 45 minuuttia. Litteroin materiaalin nauhalta paperille.

Puolistrukturoidussa haastattelussa kysyin: kuinka retoriikan opit saadaan helpoiten sisäistettyä? Miten Torkki suunnittelee koulutuksen sisällöt ja tavoitteet? Pyysin myös konkreettiset esimerkit muutaman tunnin koulutuksesta ja pidemmästä.

Haastattelussa nousi esiin pari kohtaa, jotka ovat selkeästi itselleni omaksuttavissa: työtä, harrastuksia ja tietoja koskeva esikysely ja mahdollisuuksien mukaan palautekysely. Esikysely toimii pohjana koulutuksen sisällön, tavoitteiden ja muodon määrittämiseen. Normatiiviseen tekemiseen tottuminen oli ongelma Torkin esittelemässä tapauksessa, ja luovuus vapautui irtaantumalla ennakoasenteista ja kuvitelluista normeista. Jahka kohtaan kouluttajana uudelle tasolle, voin alkaa sokraattisesti miettiä kuinka koulutukseni voisi pysyvästi parantaa koulutettavien elämää.

Retoriikan opit saa Torkin mielestä parhaiten sisäistettyä jos ihmiset alkavat soveltaa koulutuksen oppeja arkielämässään. Viimeksi haastattelupäivänä Torkki oli saanut palautetta, että koulutukseen osallistunut oli käyttänyt koulutuksessa oppimiaan asioita. Usein kouluttajan on vaikea tietää, mitä tapahtuu, kun koulutus on mennyt ohi.

Torkin omissa kirjoissa on havainnollisia esimerkkejä retoriikan perusasioista. Ethos (puhujasta) -aspektia esitellessään hän nostaa esimerkkinä Sauli Niinistön, joka on tehokkaasti käyttänyt puheissaan persoonapronomineja minä, sinä ja te. (Torkki 2015)

Torkin mielestä kouluttajat ovat liian harvoin kiinnostuneita seuraamaan miten koulutus on sujunut. Torkki heittäkin ilmaan kysymyksen: voisiko koulutukseen rakentaa elementtiä, jolla kouluttaja rakentaa palautteen koulutuksesta. Kouluttajan pitäisi olla kiinnostunut siitä, miten osallistujat koulutuksen kokivat. Näin ei useinkaan ole. Moni kouluttaja pelkää, että tulee negatiivista palautetta.

Yksittäistä koulutustapahtumaa ei pitäisi nähdä erillisenä tapahtumana, vaan jatkumona ihmisten elämässä – mahdollisuutena muuttaa heidän elämäänsä. Torkki kysyy ennakoon koulutukseen osallistuvilta kysymyksiä elämästä, työstä, tarpeistaan viikkoja ennen yleensä sähköpostilla.

Torkki: ”Voi käydä, että kysely hautautuu. Kysely pitää olla hyvin suunniteltu: helppo ja nopea vastata. Pienellä vastaajan panostuksella kouluttaja saa tärkeää tietoa. Joskus yhden-kahden koulutukseen osallistuneen kanssa keskustelu jatkuu. Tämä osa koulutuksen kokonaisuutta, jonka lopullisena tavoitteena on, että koulutettavan elämä paranee. Moni filosofi on miettinyt tätä asiaa. Sitten seuraa koulutustapahtuma.”

Torkin mielestä kaiken koulutuksen tavoite on sama: parantaa koulutettavan elämää.

Torkki yrittää käydä keskusteluja koulutettavien ja osallistujien kanssa siis jo ennen koulutusta ja tämä täsmentää koulutuksen tavoitetta. Sisällöt määräytyvät tavoitteesta käsin. Kun tietää elämää ja käytöstä koskevat muutostavoitteet sisällöt määräytyvät sen mukaan. Lisäksi Torkki huomioi kuulijoiden lähtötason: totumuksen voiman, elämäntilanteen jne. Siitä jokainen koulutus saa muodon.

Vaikka Torkki onkin kehittynyt puhetaidon opetukseen, myös kirjoittamisen opettaja voi saada hyviä vinkkejä häneltä. Torkin haastattelusta sain käytännöllisiä vinkkejä luovuuden ja myyttisen ”oman äänen” tai persoonallisuuden esiintuomiseen. Persoonallisuutta ja omaa ääntä voi kenties pitää vain yhtenä keinona muiden joukossa vaikutuksen aikaansaamiseen. Joskus voi olla tärkeämpää pitää kiinni funktionaalisesta ilmaisusta, joka palvelee organisaation päämääriä.

Torkki nostaa esimerkkinä erään koulutuksen, joka oli suunniteltu asiantuntijaorganisaatiolle. Etukäteen tiivistettiin organisaation ongelma: asiantuntijat puhuvat tylsästi, liian asiantuntijanäkökulmasta. Heidän esityksensä sisälsivät tietoa, mutta eivät synnyttäneet vaikutusta. Tavoitteena oli, että nämä asiantuntijat puhuisivat toisella tavalla. Torkin tehtävä oli juurruttaa luovempaa puhumista.

Oma ääni, luovuus tuli jonkinlaisen vapautumisen avulla: vapautumalla ennakoasenteista ja kuvitelluista normeista (esimerkiksi monimutkaisista ja pitkistä lauseista) ja persoonallisuuden hautaaminen tällaisen normin alle. Toinen puoli asiaa on, että omalla äänellä puhuminen ei ole syvin päämäärä, vaan yksi keino, joka edistää puheen vaikuttavuutta.

Olen viitannut teoriaosassa Vakkuriin ja luovuuden tekniikoihin. Parhaita luovuuden vapauttamisen tekniikoita löytää kuitenkin kirjallisuudesta. Surrealistit hakivat inspiraatiota unista ja tiedostamattomasta muun muassa automaattikirjoituksen avulla. Dalilla oli oma paranoidiskriittinen metodinsa. Näistä voi löytyä luovuutta inspiroivia harjoituksia myös minun käyttööni.

### **4.3 Benchmarking: vaikuttavan kirjoittamisen sisältö**

Kimmo Svinhufvud on filosofian tohtori, joka väitteli 2013 suomen kielestä aiheenaan Graduateseminaarien ja graduohjaamistapaamisten vuorovaikutus. Hän oli tutkijatohtori Suomen Akatemian projektissa 2015-2017. Nyt hän on palannut Kielikeskuksen äidinkielen opettajaksi, jossa virassa hän oli 2010-2015. Hän on opettanut Jyväskylän yliopiston kirjoittajakoulutuksessa verkkokirjoittamista. Vaikuttavan kirjoittamisen nimellä ei ole muita tuotteen tarjoajia kuin Kimmo Svinhufvud. Hän epäilee, että vaikuttavaa kirjoittamista voidaan tarjota muilla nimillä. Hän ei silti usko, että on toista aivan sisällöltään samanlaisen tuotteen tarjoajaa Suomessa.

Puolistrukturoidussa haastattelussa kysyin Svinhufvudilta vaikuttavan kirjoittamisen määritelmästä, sisällöistä, koulutusten suunnittelusta ja rakenteesta. Lisäksi hän kertoo epäönönistumisesta ja sosiaalisessa mediassa läsnäolon tärkeydestä.

Kimmo Svinhufvudin mielestä vaikuttava kirjoittaminen on kirjoittamista, joka huomataan ja joka erottuu massasta. Se vaikuttaa ihmisiin niin, että se jää mieleen tai muuttaa jotenkin ihmisten käyttäytymistä. Hän havainnollistaa vaikuttavaa kirjoittamista esimerkein:

Svinhufvud: ”Ihmisoikeusjärjestöt tai ihmisten ravitsemuksesta kirjoittavat järjestöt haluavat myös vaikuttaa ja muuttaa ihmisten käyttäytymistä. Jos yrityksen juristi lähettää sähköpostin koko henkilöstölle tärkeästä asiasta, hän haluaa, että sähköpostilla on vaikutusta myös siihen, miten yrityksen henkilöstö toimii käytännössä. Rahoitushakemuksella halutaan vaikuttaa niin, että hakemuksella tulee rahaa.”

Näkemykseni muistijäljen jättämisestä tukee omaa ajatustani vaikuttavasta kirjoittamisesta. Näkemys tukee myös määritelmäni vaikuttavasta kirjoittamisesta sosiaalisena toimintana, jolla on aina puhuja (eetos) ja vastaanottaja (paatos) sekä vakuuttavat perustelut (logos). Argumentaatio valitaan aina puhujan ja kohderyhmän mukaan.



Kimmo Svinhufvudin vaikuttavan kirjoituksen koulutus on yhdistelmä perinteistä aristoteelista retoriikkaa ja nykyaikaisia markkinoinnin oppeja. Markkinoinnissa kaksi keskeistä lähdettä ovat olleet Robert Cialdinin *Influence: The Psychology of Persuasion* ja Chip ja Dan Heathin *Made to Stick*. Kimmo Svinhufvud kertoo, ettei tätä viimeksi mainittua kirjaa ei ole lukenut yleensä kukaan.

Aristoteleelta ei ole yhtä yksiselitteistä lähdettä, vaan Kimmo Svinhufvud on poiminut oppeja eri lähteistä, lähtien retoriikan peruskuvioista ethos, pathos, logos. Joskus Svinhufvud puhuu argumentin muodostamisesta ja väitteiden perustelemisesta, joista on myös kerrottua Svinhufvudin kirjassa *Tohtoritakuu*.

Svinhufvud: ”Loppujen lopuksi Aristoteleessä ja markkinoinnissa on kyse samasta: molemmissa puhutaan tunteisiin vetoamisesta, faktojen esittämisestä ja miellyttämisestä. Äidinkielen opettajana haluan huomioida myös kielenhuollon, tekstien sujuvuuden ja luettavuuden osana koulutusta.”

Svinhufvudin sisällöt vahvistavat osin omia käsityksiäni eetos-paatos-logos-kuviosta lähtemisestä. Retoriikan ja argumentoinnin keinot olen lisännyt siihen oheen ja lähdekirjoina olen käyttänyt myös Svinhufvudin teoksia. Svinhufvudilta sain vinkkejä lisälukemistoksi markkinoinnin puolelta.

Koulutukset Svinhufvud räätälöi kulloisenkin asiakkaan ja yleisön tarpeisiin. Koulutuksia on ollut julkishallinnossa, järjestöissä, yliopistomaailmassa ja yliopiston henkilöstön sisällä. Freelance-kouluttaja ei pysty juurikaan rajaamaan yleisöjä ulkopuolelle. Usein osallistujilla on kuitenkin korkeakoulututkinto ja monet kirjoittavat ammatikseen asiantuntijatyönsä ohella. Kirjoittaminen ei siis ole välttämättä päätoimenkuva. Kimmo Svinhufvud on kouluttanut myös toimittajia, joiden tausta voi olla aivan muu: muotitoimittajalla muotisuunnittelijan tutkinto ja Maaseudun Tulevaisuuden toimittajalla on usein sen alan koulutus, ei varsinaista toimittajakoulutusta.

Svinhufvud: ”Koulutus syntyy ajan kuluessa. Valmis perussisältö on olemassa. Vaikuttavan kirjoittamisen koulutuksessa vaikuttava kirjoittaminen on ollut yksi osa koulutusta: koulutukseen voi sisältyä muutakin. Koulutuksessa on aina luentomainen osio, kirjoitustehtävien työstämistä ja palautteenannosta. Näin koulutuksessa on variaatiota. Tehtävät syntyvät aina jostakin, jota on itse lukenut. Ideaalitilanne on tehdä tekstejä, joita muutenkin joutuvat kirjoittamaan, vaikuttavan kirjoittamisen periaatteilla. Yhdelle organisaatiolle kielenhuolto oli osa koulutusta. Eräässä organisaatiossa oli aitoja tekstejä, sosiaaliseen median tekstejä, tiedotteita, ja he halusivat terästää näitä edelleen. Tämä oli mahdollista, koska ryhmässä oli alle kymmenen henkilöä.

Nostin teksteistä esimerkkejä ja keskustelimme niistä. Sisältö riippuu siitä, kuinka paljon aikaa käytössä, halutaanko käydä omia tekstejä läpi.”

Lyhin Svinhufvudin koulutus on ollut puolen tunnin puheenvuoro ja pisin koulutus on ollut kolme iltapäivää, suunnilleen 3 \* 4 tuntia. Mitään nyrkkisääntöä laajuudelle ei voi määrittää. Variaatio on asia, jolle oma koulutukseni voi osittain rakentua. Luento, tehtäviä, palautteenantoa, kenties välillä havainnollistavia esimerkkejä.

Svinhufvud: ”Hyvän koulutuksen laajuus riippuu tilaajan tarpeista. Puitteet, paljon aikaa on käytettävissä, millaisia sisältöjä toivotaan, ratkaisevat kaikki, millaisen koulutuksen tarjoan. Tavallaan on yhdentekevää, onko koulutus 20 tuntia vai viisi päivää. Yleensä kolme tuntia on maksimi kertaluonteiselle koulutukselle. Olen pitänyt myös kurssimuotoisia koulutuksia. Kerran pidin eräälle järjestölle koko päivän koulutuksen, johon liittyi ennakkotehtävä.”

Svinhufvudin mielestä läsnäolo sosiaalisessa mediassa kannattaa. Minulla on siis Vaikutavat sanat -blogi, jossa esittelen kaikki palveluni ja jossa on muutama suositus koulutuksiini osallistuneilta henkilöiltä. LinkedIn-profiiliini olen liittänyt paljon juttunäytteitä. Minulla on myös toinen blogi Arjentola, jossa julkaisen uutisia ja juttujani.

Svinhufvud: ”Toimin itse aktiivisesti sosiaalisessa mediassa ja bloggaan. Minulla ei ole pelkästään yliopistotausta, vaan pystyn ammentamaan oppeja esimerkiksi markkinoinnin maailmasta oppeja: kuinka tehdään hyvä Power Point -esitys. Olen kouluttanut myös yliopiston henkilökuntaa, jotka ilahtuvat siitä, että tullaan tutkimuksen ulkopuolelta.”

Svinhufvud antaa vinkkejä kouluttajana kehittymiseen. Kyseiset teokset kannattaa hankkia omaankin kirjahyllyyn. Oma helmasyntyni on monimutkaisuus. Akateemisena, teoreettisena ihmisenä sorrun joskus liikaan monimutkaisuuteen, kenties huomaamattani. Se, mikä minulle on normaalia, ei välttämättä ole sitä kohdeyleisölleni. Minun on opeteltava yksinkertaistamaan ajatteluani.

Svinhufvud: ”John Medinan Brain Rules ja Garr Reynoldsin Presentation Zen ovat auttaneet kehittämään minua opettajana. Näistä kirjoista olen saanut oppia, miten asioita kannattaa käytännössä esittää.”

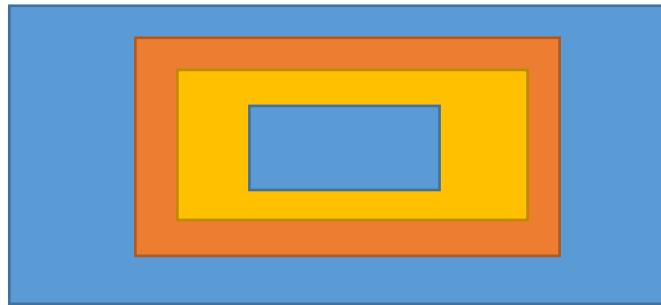
#### **4.3.1 Benchmarking 2: sosiaalinen media edellyttää toisenlaista kirjoittamista**

Sosiaalinen media edellyttää erilaista kirjoittamista. Kirjoittamisen alan yrittäjä, valtiotieteiden maisteri, tietokirjailija ja konsultti Anja Alasilta on toiminut alalla 30 vuotta. Hänellä on ollut asiakkaina valtionhallintoa, kuntia ja kaupunkia, järjestöjä, Hän korostaa lukija-ajattelua eli asettumista lukijan asemaan. Verkkokirjoittamista hän on kouluttanut 1990-luvun

puolestavälistä lähtien. Alasillalla on yrityksensä sivuilla myös linkki blogikirjoituksiinsa. Jokaisessa kirjoituksessa hän antaa vinkkejä kirjoittajille.

Minulle kouluttajana on kiinnostavaa, että hän avaa koulutustensa taustoja. Hän kertoo esimerkiksi lokakuussa 2017 alkaneesta Kirjoituskoulu verkossa -koulutuksesta, että hänellä on kymmenen teemaa, jotka avautuvat yksi kerrallaan: <https://kirjoituskouluverkossa.fi/kirjoittamisen-verkkokurssi/>. Jokaiseen osioon kuuluu vinkkilistoja, perusteellisia ohjeita, lukemistoa ja harjoitus, joka juurruttaa opeteltuja asioita. Yhden osion otsikko Kirjoitusprosessi liittyy tausta-ajatukseen kirjoittamisesta sosiaalisena toimintana ja Ivanicin malliin monikerroksellisesta kielestä.

Ivanic on luonut mallin monikerroksellisesta kielestä, joka palautuu muun muassa Norman Faicloughin ajatuksiin. Uloimmassa laatikossa sijaitsee sosiokulttuurinen ja -poliittinen konteksti, kolmannessa laatikossa tapahtuma, toisessa laatikossa kognitiivinen prosessi ja ensimmäisessä teksti. Vaikuttavan kirjoittamisen vaikutusalue voi laajimmillaan keskittyä kolmannen tason kirjoitustapahtumaan, joka voi tapahtua opetushetkellä kognitiivisen prosessin ja tekstin ohella.



Kuvio 9. Monikerroksellinen kieli. (Ivanic 2004, 223).

Alasillan koulutuksella on oma Facebook-ryhmä, joka ei ole ollut kovin suosittu. Alasilta on tehnyt osallistujille myös alkukartoituksen. Sisällöstä pikavinkkilistat ja testit ovat olleet Alasillan suunnittelemissa sisällöistä suosituimpia.

Kirjoituskoulu verkossa on projektin ensimmäinen osa, ja se sopii Alasillan mukaan erityisesti itseohjautuville oppijoille. Toisessa vaiheessa hän alkaa tarjota sisällöltään rajattuja ja määräaikaista ohjattuja kursseja. Alasilta hyödyntää tuossa koulutuksessa Kirjoituskoulu verkossa -sisältöjä, mutta luo uusiakin. Hän on suunnittelemassa myös yrityskohtaisia kursseja, joita aikoo täydentää Skype-koulutuksilla.

Alasilta on myös määritellyt sivuillaan kursseilleen lukuisia eri kohderyhmiä johtajista ja esimiehistä sihteereihin, markkinoihin, viestijöihin, asiantuntijoihin, yrittäjiin, verkkokurssin

kehittäjiin jne. Hinnat ovat myös varsin alhaiset: kuukauden lisenssin saa 75 eurolla, vuoden lisenssi maksaa 225 euroa.

Alasilta jakaa kirjoissaan eri tekstilajeja koskevia kirjoitusvinkkejä, joita löytyy hänen Facebook-sivultaankin (Kirjoituskoulun vuosikirja). Eräässä ensimmäisistä kirjoissaan, Näin kirjoitat tehokkaasti (Inforviestintä 1999) hän antaa yleisiä ohjeita kuinka tehostaa työelämätekstejä ja tehdä vaikutus. Verkkoajan viestintä -kirjassa (Kauppakaari 2000) aloittaa verkkoajan lukutaidon määrittelemisestä sähköpostin ja www-kirjoittamisen edellyttämiin multimodaalisiin taitoihin. Blogi tulee töihin -kirjassa hän toteaa muun muassa, että blogi on parhaimmillaan kirjallista viestintää, jossa kuuluu ihmisen jäljittelemätön ääni (Alasilta 2009, 149).

Alasillalta sain hyviä vinkkejä koulutuksen mahdolliseen organisoimiseen. Minullekin mahdollinen voisi olla tulevaisuudessa olla verkkokoulutus, johon tuotan sisällöt itse. Teoriaosuuksissa lähteenä voi käyttää muiden kirjoista saatuja vinkkejä, ja lisäksi voin kehittää oheen omia tehtäviä ja vinkkilistojani.

#### **4.4 Mahdolliset ostajat: humanitääriset järjestöt ja puolueet**

Lähestyin myös mahdollisia ostajia: muutamaa suurinta puoluetta, Kokoomusta, SDP:tä, Vihreitä. Lisäksi oletuskohderyhmässäni oli noin kymmenen humanitaarista järjestöä. Sain lopulta vain kaksi vastausta. Puolueista Vihreät vastasivat. Heitä edustaa puoluesihteeri Lasse Miettinen. Humanitaarisista järjestöistä sain vastauksen Suomen Pakolaisavun tiedottaja Ruut Toloselta.

Tärkeimpinä viestintäkanavina hän näki sosiaalisen median ylipäätään. Myös Suomen Pakolaisavun Tolosen vastaukset ovat yhteneväiset Miettisen vastausten kanssa.

Miettinen: "Sosiaalinen media on tärkein viestintäkanavamme - Facebook keskeisimpänä, myös Twitter, Instagram (jossain määrin Snapchat). Puolueen verkkosivut ovat merkityksellinen viestintäkanava, samoin sähköposti sisäisessä ja sidosryhmäviestinnässä. Vihreiden poliitikkojen blogit, mielipidekirjoitukset ja kolumnit (niin printissä kuin verkossakin) eivät ole suoraan puolueen viestintäkanavia, mutta tärkeitä." (Miettinen, 30.3.2017, sähköpostihaastattelu.)

Tolonen: "Some-kanavat (Facebook, Twitter ja Instagram), sähköinen uutiskirje ja perinteissä postissa lähetettävä lahjoittajakirje, järjestön verkkosivut." (Haastateltava 4, 29.3.2017, sähköpostihaastattelu.)

Sosiaalisen median monikanavaisen viestinnän tärkeys korostuu molemmilla vastaajilla. Tällä saralla molemmilla on tai voisi olla koulutustarpeita. Vihreät kouluttavat edustajaansa

kirjoittamisessa jatkuvasti myös eri kirjoittamisen lajeissa. Myös Suomen Pakolaisavussa kirjoittaminen on tyypillisesti viestintäosaston vastuulla, eikä akuutteja koulutustarpeita ole. Jos niitä ilmaantuisi, sosiaalisen median sisällöt ja blogikirjoittaminen olisivat etusijalla.

Miettinen: ”Kirjoittaminen on keskeinen poliitikon taito. Koulutamme esimerkiksi blogi- ja mielipidekirjoittamisessa sekä valmennamme puheenkirjoittamisessa ja some-kirjoittamisessa.” (Haastateltava 4, 30.3.2017, sähköpostihaastattelu.)

Tolonen: ”Juuri nyt ei ole akuuttia koulutustarvetta, sillä viestinnästä vastaavat ennen muuta viestinnän työntekijät, joiden osaaminen on pääosin kunnossa. Koska viestinnän henkilöstöresurssit ovat hyvin pienet, jatkossa myös muuta talon henkilökuntaa on tarkoitus alkaa osallistaa viestintään. Tässä vaiheessa ajankohtaiseksi voisi tulla varmaan ensisijaisesti koulutus some-sisällön tuottamiseen ja mahdollisesti blogikirjoittamiseen.” (Haastateltava 5, 29.3.2017, sähköpostihaastattelu.)

Molemmat tahot suhtautuvat lähtökohtaisesti positiivisesti ajatukseen kirjoittajakoulutuksesta: tarpeita on jatkuvasti. Tosin verkkokoulutuksen haasteellisuutena pidettiin sosiaalisen median luonnetta etämediana. Sosiaalisen median sisältöjen haastavuutena on reaaliaikaisen vuorovaikutuksen puute ja tekstin tulkinnanvaraisuus, joka voi aiheuttaa sen, että alkuperäinen viesti tulkitaan väärin vastaanottajan päässä.

Ostajakohderyhmien haastattelusta opin, että puolueet voivat olla mahdollinen kohderyhmäni, samoin humanitaariset järjestöt. Tämä edellyttäisi tietopohjan soveltamista juuri kohderyhmälle sopivaan sisältömateriaaliin eli koulutuksen räätälöimistä. Humanitaarisia järjestöjä on mahdollista kartoittaa ostajina, mutta heidänkin tarpeisiinsa minun pitäisi kyetä tuottamaan joitakin yleisiä ja joitakin erityisiä tehtäviä.

#### **4.5 Kirjoittajat toivoivat sisältöjä moniin tarkoituksiin**

Tein kaksi surveytä, joista toinen oli osoitettu ammatikseen kirjoittajille, koulutukseni mahdolliselle kohderyhmälle ja toinen pilotti 2:een osallistuneille. Ensimmäiseen survey-kyselelyyn vastasi 55 ihmistä, joista valtaosa (39) oli naisia. Miehiä oli 19. Vastaajien ikää en kartoittanut enkä muita demografisia tietoja, koska ne eivät mielestäni olleet olennaisia. Olennaisempaa oli tietää vastaajien ennakkotiedoista retoriikasta, tarinallisuudesta ja monilukutaidosta ja heidän vaikuttavan kirjoittamisen koulutusta koskevista sisältö- ja toteutustoiveistaan. Lisäksi surveyssä kyseltiin, millainen sosiaalisen median teksti heille jää parhaiten mieleen.

Kysely lähti Viesti ry:n jäsenkirjeessä heidän lähes 2000:lle jäsenelleen. Lisäksi sitä jaettiin Pro Comin jäsenkirjeessä. Jaoin kyselykutsua myös lähes kymmenessä kirjoittajille suunnatussa Facebook-ryhmässä: Julkisen alan tiedottajat, media- ja tv-alan harjoittelu-paikat, Haaga-Helian journalismin opiskelijat, erikoislehtien tekijät, freelance-toimittajien keskusteluryhmä ja Pro-Freet-ryhmässä.

Kyselyssä vaikuttavan kirjoittamisen sisällöksi toivottiin lähes yhtä suurella kannatuksella faktapohjaista kirjoittamista ja monikanavaisia sosiaalisen median tekstejä. Faktapohjaista kirjoittamista kannatti 20 vastaajaa, sosiaalista mediaa 19 ja lehtikirjoittamista Jonkun ver-ran sai kannatusta vaikuttava lehtikirjoittaminenkin. Suurin osa vastaajista tarvitsi vaikutta-vaa kirjoittamista työelämäteksteissä.

Surveyssä kyseltiin muun muassa vastaajien perehtyneisyyttä retorisiin keinoihin, tarinalli-suuteen ja monilukutaitoon. Näiltä osin kyselyn tulokset olivat kaikkein yllättävimmät: enemmistö vastaajista tunsi retoriset keinot, tarinallisuuden ja monilukutaidon melko hy-vin.

Olin hieman yllättynyt siitä kuinka hyvin vastaajat väittivät tuntevansa retoriset keinot, tari-nallisuuden ja monilukutaidon ja mietin jopa väärinymmärrykseen perustuvaa reliabiliteet-tiongelmia. Kyselyssä ei kuitenkaan pitäisi olla reliabiliteettiongelmia, koska käsitteet oli avattu kysymyksen alussa. Kieltämättä tämän kysymyksen kohdalla olisi saattanut olla hyötyä myös vastaajien iän tietämisestä. Monilukutaito on oletusarvoisesti nuoremmille kirjoittajille tuttu käsite.

Analyysin kannalta antoisimmat olivat lopun avoimet kysymykset, joissa kysyttiin koulutuk-sen sisällöistä, toteutuksesta ja kestosta. Vastauksissa heijastui vastaajien monenlaiset taustat: vastaajat toivoivat omasta taustastaan riippuen erilaisia asioita. Rivien välistä sel-visi, että kyselyyn oli vastannut kaikenlaisia kirjoittajia tiedottajista toimittajiin ja pitkän proosan kirjoittajiin sekä kirjoittamisen opiskelijoihin.

Koulutustarpeita esiintyi faktapohjaisessa tekstissä, blogeissa ja asiatekstissä, arjen vai-kuttajaviestinnässä, asiakasteksteissä, monenlaisten tekstien tuottamisessa nopeassa tempossa, tiedon välittämiseen yrityksen sisällä ja markkinoinnissa, oman äänen vahvista-misessa. Eräs vastaaja halusi konkreettisia tapausesimerkkejä.

Määrällisesti eniten kannatusta saivat blogit ja sisäinen viestiminen. Eräs vastaaja totesi: ”Organisaatioissa asiat pitää myydä ensin sisäisesti ja siinä väline on usein meili.”

Koulutuksen toteutustavoiksi toivottiin eniten monimuotokoulutusta:

- monimuotokoulutusta (lyhyet tietoisut, tehtävät, palaute)

- verkkokoulutus (tehtävät ja palaute)
- luentoja
- seminaarit ja workshopit

Kestoksi ehdotettiin esimerkiksi seuraavia: 1-5 päivää, kolme opintopistettä (yksi opintopiste = 27 työtuntia), 5 viikon aikana 1,5 tuntia viikossa tai pari kuukautta sopivasti jaksotettuna.

Hyvä otsikointi jäi eniten mieleen. Faktapohjaisuus oli hyvä kakkonen. Mieleen jäävimpiä sosiaalisen median tekstejä olivat tekstit, joissa faktapohja oli kunnossa, jotka olivat asiantuntevia, tarinallisia, koukuttavia, hyvin kirjoitettuja, syviä ja pitkiä. Myös hauskuus, oivaltavuus, rohkeus, paikallisuus, samaistuttavuus, aitous, yllättävyys ja taitavuus saivat kannatusta.

Sosiaalisen median konsultti Katleena Kortesuon havainnot vahvistavat, että sosiaalisen median teksti on hyvin otsikoitu, tarkoitukseen sopivaksi kirjoitettu. (Korteso 2009, 154). Korteso ei mene aiheessa kovin syvälle. Surveyssäni sosiaalisen median teksteihin tai faktapohjaiseen kirjoittamiseen liitettiin attribuutteja, jotka yleensä liitetään asiakirjoittamiseen.

#### 4.6 Sisällönanalyysin koonti

Kaikkien alkutilannetta koskevien vastausten perusteella teen laadullisen sisällönanalyysin klusteroinnin eli ryhmittelyn avulla. Olen ryhmitellyt kehitystyöni alkutilaa koskevat haastattelusisällöt seuraaviin keskeisiin alaluokkiin. Nämä alaluokat liittyvät hyvän koulutuksen ja vaikuttavan kirjoittamisen ominaisuuksiin. Alaluokat on edelleen jaoteltu useisiin kohtiin, jotka ovat siis nousseet esiin eri haastattelujen sisällöistä tekemäni sisällönanalyysin perusteella. Alaluokkia ovat:

- 1) Hyvän koulutuksen ominaisuudet
- 2) Oppimista tukeva ilmapiiri
- 3) Kehittämistä ehkäiseviä tekijöitä/helmasyntejä
- 4) Vaikuttavan kirjoittamisen sisältö ja määritelmä

Taulukko 1. Lähtötilannetta kuvaavan aineiston klusterointi eli ryhmittely.

Pelkistetty ilmaus	Alaluokka
--------------------	-----------

<p>Flipped learning: artikkelit tehtävänannon kera luettavaksi ennen tapaamista</p> <p>Suullinen palaute osallistujien kesken</p> <p>Omien juttujen parantaminen versioimalla</p> <p>Tekstien analyysi yhdessä</p> <p>Some-sisältöjen kehittäminen</p> <p>Elämää, työtä, harrastuksia koskeva esi- tutkimus</p> <p>Lähtökysely</p> <p>Temaattinen jaksotus</p> <p>Itseohjautuva verkkokoulutus</p> <p>Teemoitetut sisällöt</p> <p>Variaatio: luennot, tehtäviä, palaute</p> <p>Koulutuksen tavoite: saada aikaan pysyvä muutos elämään</p> <p>Enemmän aikaa kirjoittamiseen</p>	<p>Sisältö/tietosisältö:</p> <p>Hyvän koulutuksen ominaisuudet</p>
<p>Paikan päällä oppiminen</p> <p>Räätälöity lähtötason mukaan</p> <p>Palautekysely jälkeen päin</p> <p>Luovuus vapautuu ennakoasenteista va- pautumalla</p> <p>Sisältöjen räätälöiminen kohderyhmän mu- kaan</p> <p>Opettaja innostava, kannustava, ratkaisu- keskeinen</p>	<p>Oppimista tukeva ilmapiiri</p> <p>Hyvän koulutuksen ominaisuudet</p>



<p>Opettajan pedagoginen osaaminen kunnossa</p> <p>Hyväksi kirjoittajaksi oppii lukemalla ja kirjoittamalla</p> <p>Lukijälähtöisyys: kirjoittaja puhuu lukijalle, kohderyhmäajattelu</p> <p>Minä-sinä-tavoitteet</p>	
<p>Opettaja tai opiskelijat vilkuilevat kännykkään</p> <p>Opettaja luo tunnin rakenteen, eivät oppilaat – ei sokraattista dialogia</p> <p>Aikataulut</p> <p>Some-sisällöt: reaaliaikainen vuorovaikutuksen puute ja tekstin tulkinnanvaraisuus</p> <p>Retoriikkaa ja markkinointia</p>	<p>Kehittämistä ehkäiseviä tekijöitä/helmasyntejä</p> <p>Vaikuttava kirjoittaminen</p>

(Tuomi & Sarajärvi 2009, 111.)

#### 4.7 NABC kartoitusvaiheessa

Vaikuttavan kirjoittamisen koulutuksen kehittämisen lähtökartoitus on nyt tehty. Siirryn NACB-analyysiin eli tuotteen kehittämiseen.

NABC-analyysi (Christian 2012) kartoittaa markkinatarpeet, uuden tuotteen tai ratkaisun, sen edut ja tavat, joilla se erottautuu kilpailijoista.

Need - Markkinatarve

- Minkä tarpeen olette tunnistaneet asiakkaillanne/ markkinoilla?

Hakusanoilla ”vaikuttava kirjoittaminen” ja ”vaikuttavat some-tekstit” löytyy Googlen kymmeneltä ensimmäiseltä hakusivulta vaikuttavaa verkkokirjoittamista (Differo), vaikuttavan puheen opetusta (HAUS) ja vaikuttavaa kaunokirjoittamista (Nuoren Voiman Liitto).

Viestintä-Piritta tarjoaa sosiaalisen median koulutusta järjestöille ja yrityksille. Piritan lähtökohdat ovat Alasiltaa laajemmat; viestintäkampanjoiden luominen. Pirittaa en siis sanoisi varsinaiseksi kilpailijakseni. Anja Alasilta järjestää työpajoja ja tehotunteja. Koulutuksissa on eri osa-alueita, kuten Facebookin käyttö yritysviestinnässä, kiteyttävä kirjoittaminen jne. Sosiaalisen median kanavista hän huomioi erityisesti Facebookin, Twitterin ja blogit. Sosiaalisen median tekstien koulutuksia tarjoavat myös jotkut opistot.

Vaikuttavan kirjoittamisen nimellä olen löytänyt vain Kimmo Svinhufvudin koulutuksen. Pelkkää retoriikan koulutusta tarjoaa Kriittinen korkeakoulu. Hinnakasta retoriikan puhetaidon opetusta tarjoaa Antti Mustakallion Retoriikan kesäkoulu.

Vaikuttava kirjoittaminen on hypotesini mukaan yhdistelmä retoriikkaa, tarinallisuutta ja monilukutaitoa. Nämä taidot ovat yhdistelmä uutta ja vanhaa: antiikista digiaikaan. Niitä olen ajatellut soveltaa politiikan teksteihin, jotka ovat siis yksi retoristen tekstien alalaji jo antiikista lähtien.

Approach - Tuote, palvelu tai ratkaisu

- Mikä on teidän ratkaisunne tai uusi ideanne?

Vaikuttavan kirjoittamisen koulutus, joka yhdistää retoriikkaa, tarinallisuutta ja monilukutaitoa

- Sen hyöty asiakkaalle? Miten se täyttää asiakastarpeen?

Tarinallisuuden ja retoriikan avulla asiakas kirjoittaa vakuuttavammin. Monilukutaidon hallitseminen tekee kirjoittamisesta tuloksekkaampaa kaikilla julkaisualustoilla, kun kirjoittaja tulee tietoiseksi digiajan edellyttämästä uudesta luku/tulkinta/tuotantotaidosta. Retoriikka auttaa puhuja-asemaa, puheen kohderyhmiä ja perusteluita parantamalla vakuuttamaan kuulijan. Etunani on juuri tuotteen kolmijakoisuus: yleensä tarjolla on vain yhteen osa-alueeseen keskittyviä koulutuksia.

Benefits/costs- Hyöty suhteessa kustannuksiin

- Miten tärkeä/kriittinen ratkaisunne on asiakkaalle?

Edulliseen hintaan retoriikkaa, tarinallisuutta ja monilukutaitoa edistävä koulutus, joka antaa tiiviissä muodossa aineksia omien tekstien tehostamiseen eri julkaisualustoilla sosiaalisesta mediasta printtijulkaisuihin.

- Ketkä ja mitkä ovat kilpailijoitanne?

Kilpailijoitani ovat vaikuttavan kirjoittamisen koulutusta tarjoava Kimmo Svinhufvud ja puhetaitoa tarjoavat konsultit. Eri nimellä voi löytyä muita tarjoajia, mutta Googlen avulla en ole suoraan löytänyt heitä.

Vaikuttavia sosiaalisen median tekstejä tarjoavat useatkin kouluttajat, heidän joukossaan Anja Alasilta (<https://www.scriptio.fi/kirjoituskoulutus/someteksti/>).

NABC-analyysi vahvisti oikeiksi ajatukseni vaikuttavan kirjoittamisen koulutuksen tarpeellisuudesta. Lehtikirjoittamisen kurssin palautteesta, benchmarkattavilta ja ostajakohderyhmältä on tullut vinkkejä koulutuksen sisältöön ja toteutukseen. Variaatio, verkkokoulutus, lukeminen ja kirjoittaminen, käänteinen oppiminen,

#### **4.8 Pilotti 1: havainnointi ja palaute**

Pilotin tehtävät olin tehnyt ennakkohypoteesini mukaan politiikan tekstien ja puheiden ympärille.

Metasuunnittelua tein alitajuisesti mielessäni koko kesän 2017 ajan, kun pohdin tehtävien valikointia ja rajausta. Käytännössä analyysiesimerkit hain poliittisen historian teksteistä 1940-2010-luvulta. Etsin esimerkkejä You Tubesta.

Koulutuksen tehtävien pohjana käytetyt tekstit ja puheet esimerkit liittyvät johonkin poliittisen historian murroskohtaan, kuten talvi- ja jatkosotaan tai kansalaisyhteiskunnan nousuun. Lisäksi olen valinnut tekstejä lähivuosilta, jotka soveltuvat eetos-, paatos-, logos-kuvion havainnollistamiseen. Niiden avulla voi harjoitella retoriikan, tarinallisuuden tai monilukutaidon soveltamista.

Rajauksessa käytin perusteena myös sitä, että tekstit ovat olleet aikanaan vaikutusvaltaisia. Niillä on saatettu käynnistää kapina kokonaisen kansanosan keskuudessa (Martin Luther King Jr.) tai niillä on kontrolloitu aikakauden historiallisia ja maailmanpoliittisia käännekohtia (Yhdysvallat ja ydinpommitus Hiroshimassa). Teoriapohja oli retoriikasta, tarinallisuudesta. Kaiken perustana oli monilukutaidon edistäminen.

Pilottia varten oli yleiset teoriadiat ja tehtävät. Pilotti 1:n suoritin helmikuussa 2018 Vaikuttavan kirjoittamisen kurssilleni 17. ja 24.2. oli tullut yhteensä kuusi osallistujaa, joista neljä oli tiedottamisen tai tekstintuotannon ammattilaisia. He olivat:

- Haastateltava 6 oli opiskellut suomen kieltä ja harrasti luovaa kirjoittamista; hän kirjoitti laululyriikoita ja proosaa. Hän työskenteli tiedottajana ja tähtäsi toimittajaksi.
- Haastateltava 7 oli valmistunut Haaga-Heliasta johdon assistentiksi ja kirjoitti työsään työhyvinvointiaiheisia blogitekstejä ja päivitti sosiaalisen median kanavia.
- Haastateltava 8 teki markkinointiviestintää ja vaikuttajaviestintää työkseen ja kirjoitti vapaa-ajallaan paljon. Luova kirjoittaminen oli ollut myös hänen sivuaineensa yliopisto-opinnoissa.
- Haastateltava 9 harrasti muun muassa asiatekstien kirjoittamista ja sanoi olevansa hakeutumassa medianomiopintoihin Haaga-Heliaan.
- Haastateltava 10 oli viestinnän töissä kirjoittanut tiedotteita ja asiatekstejä.
- Haastateltava 11 oli kirjoittanut erilaisissa työpaikoissa ja halusi erään yhdistyksen puheenjohtajana vaikuttaa päättäjiin.

Ensimmäisellä kuuden tunnin lauantaiopetuspäivänä havainnoin, että noin 15 minuutin keskustelut jokaisen tehtävän jälkeen olivat antoisia. Niiden aikana syntyi hyviä huomioita retoriikan keinoista ja puhujan asenteesta. Huomasin puutteitani: en ollut määritellyt vaikuttavan kirjoittamisen käsitettä ja en ollut ottanut retoriikan keinoja mukaan koulutukseen.

Toisella kerralla haastateltava 10 oli ainoa paikalla olijana ja sai yksityisopetusta. Hän totesi yleisesti, että puoli tuntia tehtävää kohden on liian lyhyt aika tekstien syvälliseen analyysiin. Hän piti yhteisiä palautekeskusteluita tehtävien suurimpana antina. Perelmanin uuden retoriikan keinoja hän piti vaikeina sisäistää.

Kriittinen korkeakoulu järjesti palautekyselyn, johon vastasi neljä vastaajaa. Kolme opiskelijaa antoi palautetta, joiden mukaan kurssi ei vastannut kuvausta. Opettajan valmistautumista koulutukseen kritisoitiin kahdessa vastauksessa. Sain kritiikkiä teorian puutteellisesta esittämisestä:

”Kurssin teorian läpikäyminen oli puutteellista kurssin luonteeseen nähden. Vaikuttavan tekstin periaatteita ei käyty läpi perusteellisesti ja oppeja oli hankala hyödyntää tehtävänannoissa.”

Eräs anonymi vastaaja kommentoi asiaa näin:

”Kurssin opettaja oli varmasti perehtynyt aiheeseen, mutta ei ehkä osannut opettaa asiaa näin tiivistetyssä muodossa tai toisaalta käsittänyt kurssilaisien tasoa. Aloitimme kurssin lähes suoraan retoriikan kirjoitustehtävällä käymättä läpi sen kummemmin, mitä retoriikka oikeastaan on. Koin tämän melko vaativaksi lähestymistavaksi. Olisin kaivannut lisää esimerkkejä ja asiaa myös slidejen ulkopuolelta. Lounaan jälkeen kävimme asiaa läpi esim. puheita analysoimalla, minkä koin paremmaksi lähestymistavaksi.”

Tekniset ongelmat johtuivat siitä, ettei tietokonetta ollut lupauksesta huolimatta valmisteltu ensimmäiselle kerralle. Kritiikkiä tuli myös diojen jäsentelystä opetustilanteessa. Opettajan pedagogisia taitoja kritisoitiin kahdessa vastauksessa. Pilotointi 1 oli johtopäätelmieni mukaan varsin epäonnistunut. Palaute ja poissaolot olivat selkeä signaali.

## 5 Tuotekehitys: tuote 2, pilotti 2

Tässä luvussa esittelen pilotti 2:n NABC-analyysin, pilotin 2:n tuloksineen ja survey-kyse-lyineen. Luon tietopohjan ja aineiston perusteella lopullisen kurssikuvauksen.

Alustava hypoteesini oli hyödyntää pilotti 1:ssä poliittisia tekstejä ja puheita. Aihealueen raja-  
aus lähti omista kiinnostuksenkohteistani ja osaamisestani käsin, ja oli tavallaan tutki-  
muskysymyksen vastainen. Tutkimuskysymyksessä olen halunnut luoda vaikuttavan  
kirjoittamisen koulutuksen, joka huomioi mahdollisimman hyvin kohderyhmän tarpeet.

Pilotti 1:n lopputulos oli siis pettymys, ja toimii tarkistettuna kenties eri poliittisen tason  
edustajille tai yksittäisiä tehtäviä voin sijoittaa koulutusten sisälle. Pilotti 1:ssä havaitsin ja  
sain kommenttia osallistujilta, että eetos-paatos-logos tarvitsee tuekseen retoriset ja argu-  
mentointikeinot. Myös vaikuttava kirjoittaminen tarvitsee syvällisemmän määrittelyn.

Pilotti 1:n kommenttien perusteella olen lisännyt pilotti 2:een dioja, joissa havainnolliste-  
taan lähtökohtaa vaikuttavaa kirjoittamista, teoriaa (eetos, paatos, logos) ja retorisia ja ar-  
gumentoinnin keinoja esimerkkien avulla.

Haastatteluiden, kyselyiden, benchmarkkauksen ja pilotti 1:n avulla olen tehnyt ainakin  
seuraavat johtopäätökset.

Haastatteluista selvisi, että lukeminen ja kirjoittaminen metodina toimi. Sen varaan aion  
rakentaa tulevatkin koulutukset. Lehtikirjoittamisen palautteissa ja pilotti 1:ssä toivottiin  
vertaispalautetta, ja sen toteutan yhteisenä palautesessiona, jossa jokainen pääsee sano-  
maan oman mielipiteensä ja jossa annan myös omat kommenttini. Myös lopputuotosteks-  
tejä analysoimme yhdessä. Kuten lehtikirjoittamisen kurssilaiset toivoivat, tekstejä voi pa-  
rantaa ja editoida palautteen perusteella. Variaation ja rakenteen olen omaksunut haastat-  
teluista kehitysideoina, samoin aloituskyselyn ja jatkossa palautekyselyn. Aloituskyselyn  
tein jo kunnollisena pilotti 2:ssa.

Lehtikirjoittamisen kurssin H1:ltä omaksuin käänteisen oppimisen. Käänteisen oppimisen  
periaatteiden mukaan lähetin pilotti 2:seen osallistuneille tehtävät pari päivää etukäteen.

Pedagogisten taitojen osalta aion edelleen hyödyntää kannustavuutta ja omien vahvuuk-  
sien tunnistamista. Rohkaisen jokaista omalle polulleen, jos sellaisen merkit alkavat olla  
näkyvissä.

Päätin kokeilla pilotti 2:ssa monikanavaisia sosiaalisen median tekstejä vaikuttavan kirjoit-  
tamisen keskiössä, koska:

- 1) niille oli kiinnostusta ja kysyntää havainnointini mukaan kurssien osanottajien ja potentiaalisten ostajien keskuudessa ja ne saivat suurta kannatusta surveyssäni
- 2) sosiaalisen median monikanavaiset tekstit ovat yksi vaikuttavan kirjoittamisen tekstityypeistä

Pilotti 2:n tehtävät ovat työni liitteenä. Niiden lähtökohtana pidin, että ne olisivat työelämä-lähtöisiä. Työelämätekstit valitsin, koska niille oli suurin kannatus ammatikseen kirjoittaville suunnatussa survey 1:ssä.

Pilotti 2:ssa suunnittelin yleisluontoisia tehtäviä, jotka keskittyivät retoriikan ja tarinallisuuden periaatteiden soveltamiseen monikanavaisessa sosiaalisen median ympäristössä. Suunnittelin pilottiin tehtäviä, joissa huomioitiin tärkeimmät sosiaalisen median kanavat: Facebook, nousussa oleva Instagram, blogit ja rekrytoinnissa tärkeä LinkedIn.

### **5.1 NABC-analyysi vaikuttavan sosiaalisen median koulutuksesta**

Tein NABC-analyysin myös pilotti 2:sta ennen varsinaista pilottia.

Need - Markkinatarve

- Minkä tarpeen olette tunnistaneet asiakkaillanne/ markkinoilla?

Hakusanoilla ”vaikuttava kirjoittaminen” ja ”vaikuttavat some-tekstit” löytyy Googlen kymmeneltä ensimmäiseltä hakusivulta vaikuttavaa verkkokirjoittamista (Differo), vaikuttavan puheen opetusta (HAUS) ja vaikuttavaa kaunokirjoittamista (Nuoren Voiman Liitto).

Eräs vaikuttavan sosiaalisen median kirjoittamisen konkareista, Anja Alasilta, on tarjonnut vaikuttavan sosiaalisen median koulutusta 1990-luvun puolivälistä. Hänen tarjonnassaan on monenlaisia tuotteita verkkokirjoittamisesta virkistyskirjoittamiseen ja vuoden kursseihin.

Viestintä-Piritta tarjoaa sosiaalisen median koulutusta järjestöille ja yrityksille. Piritan lähtökohdat ovat Alasiltaa laajemmat; viestintäkampanjoiden ja -strategioiden luominen. Pirittaa en siis sanoisi varsinaiseksi kilpailijakseni. Sosiaalisen median tekstien koulutuksia tarjoavat myös jotkut opistot. Kilpailijoita löytyy varmasti useampia, esimerkiksi pieniä media-alan osuuskuntia. Niitä on vaikea kartoittaa, koska ne eivät mainosta tuotettaan vaikuttava kirjoittaminen -nimellä.

Approach - Tuote, palvelu tai ratkaisu

- Mikä on teidän ratkaisunne tai uusi ideanne?

Tarinallisuutta ja retoriikkaa sisältävä vaikuttavan kirjoittamisen koulutus, jonka painopisteenä on monikanavaiset sosiaalisen median tekstit.

- Sen hyöty asiakkaalle? Miten se täyttää asiakastarpeen?

Tarinallisuuden ja retoriikan avulla asiakas kirjoittaa vakuuttavammin. Monilukutaidon hallitseminen tekee kirjoittamisesta tuloksekkaampaa kaikilla julkaisualustoilla: kirjoittaja oppii rajallisessa määrin soveltamaan digiajan edellyttämää uutta luku/tulkinta/tuotantotaitoa. Retoriikka auttaa puhuja-asemaa, puheen kohderyhmiä ja perusteluita parantamalla vakuuttamaan kuulijan. Retoriikan ja argumentoinnin keinoista he saavat apua perusteluiden tehostamiseen. Etunani on tuotteen kolmijakoisuus: yleensä tarjolla on vain yhteen osa-alueeseen, retoriikkaan tai tarinallisuuteen, keskittyviä koulutuksia.

Benefits/costs- Hyöty suhteessa kustannuksiin

- Miten tärkeä/kriittinen ratkaisunne on asiakkaalle?

Edulliseen hintaan retoriikkaa, tarinallisuutta ja monilukutaitoa edistävä koulutus, joka antaa tiiviissä muodossa aineksia omien tekstien tehostamiseen sosiaalisen median keskeisimmillä julkaisualustoilla: Facebookissa, Instagramissa, Twitterissä, blogissa.

Competition – Kilpailutilanne

- Ketkä ja mitkä ovat kilpailijoitanne?

Vaikuttavia sosiaalisen median tekstejä tarjoavat useatkin kouluttajat, heidän joukossaan Anja Alasilta (<https://www.scriptio.fi/kirjoituskoulutus/someteksti/>). Hän järjestää työpajoja, tehotunteja, verkkokoulutusta jopa vuoden mittaisiin kursseihin asti. Koulutuksissa käydään läpi eri osa-alueita, kuten Facebookin käyttö yritysviestinnässä, kiteyttävä kirjoittaminen jne. Sosiaalisen median kanavista Alasilta huomioi erityisesti Facebookin, Twitterin ja blogit.

NABC-analyysi vahvistaa oikeiksi ajatukseni vaikuttavan kirjoittamisen koulutuksen tarpeellisuudesta. Vaikuttavia sosiaalisen median koulutuksia ei ole niin paljon, etteikö mukaan mahtuisi uudella koulutuksella. Sen sisältö koostuisi

(Christian 2012)

## **5.2 Pilotti 2: vaikuttava sosiaalisen median monikanavainen koulutus**



Pilotti 2 järjestettiin Haaga-Helian tiloissa. Videoin pilotin lähes kokonaan. Pilotin kesto oli viisi tuntia teoriaosuuksineen ja tehtävineen. Pilotti 2:een tulivat seuraavat henkilöt:

- H1, jonka jo tunnemme, ja jonka esittely löytyy metodiluvun lopusta kappaleesta aineiston esittely. FM suomen kielestä, kokenut viestinnän opettaja Aalto yliopistolla.
- H12: Syöpä-lehden toimitussihteeri 2016-2018. Valmistunut Tampereen yliopistosta tiedotusoppi pääaineenaan. Ollut terveystiedon alalla töissä parinkymmenen vuoden ajan, aiemmin muun muassa THL:llä, Stakesissa ja Alkossa. Hän kirjoittaa työssään jatkuvasti. Sosiaalisessa mediassa hän kirjoittaa vain omille tileilleen, ei järjestön tileille. Hän on tehnyt myös Facebook-videoita. Hän on osallistunut monille lyhyille kirjoituskursseille.
- H13: työskenteli rahoitusalailla ja ei varsinaisesti kirjoittanut työssään. Hän piti kulttuuriaiheista blogia vapaa-ajallaan, johon keräsi kirjoittamiaan arvioita kulttuuritapahtumista.

Aluksi esittelin diani, joissa oli koko tietopohjani vaikuttavan kirjoittamisen ja monilukutaidon määritelmästä retorisiin ja argumentoinnin keinoihin, henkilöhaamon koodaamisen periaatteisiin ja tarinallisuuteen liittyviin asioihin. Sain palautetta koulutuksesta itse pilotin aikana. Lisäksi tein pienen surveyn Survey Monkeyssa. Palaute on yhdistelmä molemmista saatuja kommentteja.

Tietopohjastani H1 totesi seuraavasti:

H1: ”Tietoaines oli hyvin valittua ja jäseneltyä. Joissakin dioissa oli liikaa tekstiä. Mukana voisi olla myös kuvia. Diojen tehtävä on toimia puheen tukena. Ehkäpä joissakin teemoissa voisi olla lisää havainnollistavia esimerkkejä. Ne esimerkit, joita oli, toimivat hyvin eli havainnollistivat teemoja.”

Tietoaines sai hyvän vastaanoton myös haastateltava 12:lta. Tietopohjaa koskevassa palauteosuudessa sain hyviä vinkkejä mahdollisiin tuleviin tehtäviin ja havainnollistaviin esimerkkeihin. Haastateltava 1 antoi käytännöllisiä vinkkejä koulutuskokonaisuuden suunnitteluun:

H1: ”Tässä on aineksia laajempaan kokonaisuuteen, joka alkaisi aina asiantuntija-alustuksella. Ainakin tekstintuotantoa vaativien tehtävien osalta voisi noudattaa Flipped Learningia, eli tehtävät voisi saada ainakin viikkoa ennen omalla ajalla pe-

rehtymistä varten. Kokoontumiskerralla olisi sitten taas vetäjä-asiantuntijan yhteenveto tapausesimerkkeineen (esimerkiksi videoklipit) ja purku yhdessä. Tunnilta voisi olla petaavia tehtäviä ja esimerkkejä myös lehtien blogeista. Lisäksi voisi perustaa suljetun Facebook-ryhmän opiskelijoille, joka toimisi lukupiiri-idealla. Opiskelijat voisivat saada vertaistukea toisiltaan. Toteutustapa voisi olla monimuotoinen verkkokurssi. Kohderyhmänä koulutuksessa voisivat olla esimerkiksi yrittäjät, markkinoinnin alan ihmiset (koordinaattorit, sihteerit, markkinointiviestijät). Arviointi voisi olla opettajan palautteen lisäksi vertaispalaute.”

Haastateltava 12 ei ehtinyt paikalle tietopohjan esittelyyn, vaan saapui tehtävien alkuun. Kävimme pilotissa läpi lukemista, tulkintaa ja tekstintuotantoa edistäviä tehtäviä eri sosiaalisen median alustoilla. Facebookin toimitusjohtaja Mark Zuckerbergin Facebook-postaus herätti ärsytystä haastateltava 13:ssa siirappisuudellaan. Haastateltava 12 kommentoi tekstiä:

H12: ”Teksti vaatii: ”Ole kuuma/kylmä, älä ole haalea.” Se oppoo amerikkalaisiin pienten lasten keskiluokkaihin vanhempiin kuin veitsi voihin. Amerikkalaiset oppivat jo koulussa kirjoittamaan, puhumaan ja argumentoimaan.”

Zuckerbergin kirjoitus herätti haastateltava 12:ssa viittauksen Case Nokiasta, jossa kukaan ei uskaltanut kyseenalaistaa Jorma Ollilan sanomisia. Emme käyneet läpi c)-kohtaa, koska se olisi haluttu etukäteen luettavaksi. Sama koski Kirsi Piha -aiheisen tehtävän c)-kohtaa. Instagramiin piti tehdä tarinallinen postaus tuotteesta/palvelusta/harrastuksesta. Viimeisessä tehtävässä tarinallistettiin LinkedIniä. Facebookin, Instagramin ja blogiin keskittyviä tehtäviä pidettiin yleisesti toimivina.

Tein vielä pienen survey-kyselyn pilotti 2:n kolmelle osallistujalle ja kysyin palautetta tehtävistä. Erittäin hyödyllisenä kaikki pitivät Facebook-johtaja Mark Zuckerbergin tekstin analyysiä ja LinkedIn-tehtävää, jossa hyödynnettiin retorisia keinoja ja tarinallisuutta. Kalliomäen tarinallisuuden soveltamista blogiin piti erittäin hyödyllisenä kaksi ja yksi melko hyödyllisenä. Kirsi Pihan Enron-teksti jakoi eniten mielipiteet: kaksi piti tekstiä erittäin hyödyllisenä, yksi ei lainkaan hyödyllisenä. Tarinallinen Instagram-postaus sai erittäin hyödyllinen -arvion yhdeltä ja kaksi melko hyödyllinen -arviota.

Avoimessa kysymyksessä tiedustelin mielipiteitä tietopohjasta ja ehdotuksia toteutustavaksi ja palautteen annoksi. Vastauksissa keuhuttiin tietopohjaa, joka oli ”hyvin valittu ja jäsennelty” ja ehdotettiin luento-tehtävä-rakennetta ja vertais- ja opettajapalautetta. Laajempia kirjoitustehtäviä toivottiin ainakin viikkoa etukäteen etänä tehtäviksi. Eräs vastaaja olisi jättänyt koulutuksesta kokonaan pois tuottamisosion.

## 5.2 Kurssikuvaus perusteluineen

Viidennessä empiria-luvussani olen kautta linjan vastannut ensimmäiseen tutkimuskysymykseeni, joka kuului: millainen on vaikuttavan kirjoittamisen koulutus, joka huomioi mahdollisimman hyvin kohdeyleisön toiveet? Vaikuttavan sosiaalisen median monikanavaiset tekstit toimivat pilotti 2:ssa ja ne vakiintuivat tuotteeni perustaksi. Faktapohjainen kirjoittaminen sai surveyssä enemmistökannatuksen, ja tulevaisuudessa voin kenties harkita tietopohjani soveltamista myös siellä puolella.

Toisessa tutkimuskysymyksessäni kysyin millainen on vaikuttavan kirjoittamisen kurssikuvaus. Kurssikuvauksen olen kehittänyt kaiken edeltävän aineistoni eli lähtökartoituksesta, haastatteluista, benchmarkingista ja surveystä tekemieni päätelmien pohjalta. Kurssikuvaus vastaa kysymyksiin millaisia tavoitteita ja sisältöjä kurssi sisältää, mikä on sen toteutus- ja arviointitapa.

Osaamistavoitteet:

- Opiskelija ymmärtää vaikuttavan kirjoittamisen periaatteet: vaikuttava teksti sosiaalisena toimintana ja eetos-paatos-logos-kuvion ruumiillistajana.
- Opiskelija osaa hyödyntää tarinallisuutta ja luoda hyvän henkilöhahmon tärkeimpiin sosiaalisen median kanaviin: Facebookiin, Instagramiin ja blogiin.
- Opiskelija tunnistaa tärkeimmät retoriset keinot ja osaa hyödyntää niitä argumentoinnissaan sosiaalisen median monikanavaisissa teksteissä.
- Opiskelija osaa monilukutaidon keskeiset periaatteet: lukea, tulkita ja rajallisessa määrin tuottaa monikanavaisia sosiaalisen median tekstejä.

Sisältö:

- Retoriikan puhuja (eetos) -yleisö (paatos) – logos (perustelut) -ydinkuvio ja sen soveltaminen
- Retoriset ja argumentoinnin keinot
- Kalliomäen tarinallisuuden periaatteet ja joitakin tarinan keskeisiä elementtejä, kuten henkilöhahmon koodaaminen ja Tontin ajatuksia tarinallisuudesta
- Opittuja asioita harjoitellaan soveltamalla niitä monikanavaiseen sosiaaliseen mediaan: Facebookiin, Twitteriin, blogeihin ja Instagramiin.

Toteutustapa: Lähiopetus: luennot, tehtäviä ja yhteinen palautekeskustelu. Tekstintuottamistehtävät kotiin ennakoon.

Arviointi: Yhteinen palautekeskustelu ja opettajan palaute.

## **6 Päättäntö**

Kehitystyössäni olen suunnitellut oman vaikuttavan kirjoittamisen koulutuksen kurssikuvauksen. Pilotti 1:sen epäonnistuttua osin olen toteuttanut pilotti 2:n kokonaan uudella tuotteella, jolle on surveyni mukaan kysyntää kirjoittajien ja koulutukseen osallistujien keskuudessa. Tutkimusmetodinani olen hyödyntänyt konstruktivistista tutkimusta, jonka avulla olen kehittänyt uuden tuotteen, käyttämällä teoriapohjana monilukutaitoa, retoriikan ja tari-

nallisuuden periaatteita, kartoittanut lähtötilanteeni, tehnyt kaksi benchmarking-haastattelua ja haastattelun sekä kaksi haastattelua potentiaalisen ostajakohderyhmäni kanssa ja lopulta pilotoinut koulutuksen kahdesti.

Alun perin tutkimuskysymykseni on kuulunut: *millainen on monilukutaidon huomioiva vaikuttavan kirjoittamisen koulutus, joka huomioi mahdollisimman hyvin kohdeyleisön toiveet? Miltä näyttää kurssikuvaus?*

Alkukartoituksen, benchmarking-haastattelun ja ostajakohderyhmän haastattelujen avulla olen etsinyt hyviä käytäntöjä omalle koulutukselleni. Lähtökohtanani on ollut, että koulutuksen tehtävien sisältö tulee poliittisista teksteistä ja puheista. Näihin sovelletaan retorikan, tarinallisuuden ja monilukutaidon oppeja. Pilotti 1:n perusteella olen tarkistanut koko tuotetta. Varsinainen tuote on kehitetty pilotti 2:ssa. Sen tehtävät on laadittu monikanavaisten sosiaalisen median teksteistä.

Erityisesti benchmarking-haastattelusta olen saanut mahdollisia vinkkejä sisällön jatkokehittämiseen. Ottaisinko kenties markkinoinnin oppeja mukaan koulutukseen?

Olen kehittänyt koulutuksen, jossa teorian lisäksi opetellaan vaikuttavan kirjoittamisen periaatteita soveltamalla niitä eri sosiaalisen median monikanavaisesti tuotettuihin teksteihin ja puheisiin. Vaikka teoriaosuus on yhteinen, koulutuksesta voi valita tilaajan toiveiden mukaisesti sopivat tehtäväosiot. Koulutus on räätälöitävissä eripituisiksi ja tällöin sieltä voi nostaa toivottuja kokonaisuuksia. Olemassa olevilla tehtävillä ja teoria-aineistolla koulutus voisi olla vähintään päivän mittainen ellei pidempikin.

Vaikuttava kirjoittaminen on tervetullut lisä koulutuspalettiini, joiden avulla yritän hankkia kohtuullisempaa toimeentuloa freelancerina media-alalla. Tätä toimeentuloani täydennän apurahoilla, joita saan kirjoihin ja käännöstyöhön.

Sivutoimiset tuntiopettajat ovat kuitenkin palkkakuilussa. Aikuisopistojen tuntipalkkiot korkeakoulutetuille ja kasvatustieteen perusopinnot omaaville opettajille ovat aivan liian pieniä, jotta liiketoiminta voisi kasvaa kannattavaksi. Noilla tuntipalkkioilla en pysty kattamaan eläke- ja työntekijämaksujani. Lisäksi sivutoimisille tuntiopettajille ei makseta suunnittelusta eikä kotitöiden tarkistamisesta. Siksi tähtään kohti ammatillisen opettajan pätevyyttä, joka mahdollistaa päätoimisten opettajanpaikkojen hakemisen. Tavoitteeseeni olen pyrkinyt opiskelemalla kasvatustieteen perusopinnot vuonna 2016 ja hakemalla Haaga-Helian ammatillisiin opettajanopintoihin tammikuussa 2018. Huhtikuussa 2018 tuli tieto, että pääsin koulutukseen.

Ajatuksenani vaikuttavan kirjoittamisen koulutuksessa oli edistää koulutuksellani sosiaalisen median kolmea tärkeää ulottuvuutta: luottamusta, vaikutusta ja sitoutuneisuutta. Luottamus on tarkoittanut perinteisesti toimittajien suhdetta lukijoihinsa, mutta se on laajenemassa PR-ammattilaisten keskuuteen. Vaikutus tarkoittaa lukijoiden tai katselijoiden ”kollektiivisia kokemuksia mediabrändistä”. Sitoutuneisuus merkitsee ”kollektiivisia näkemyksiä mediabrändistä” ja se ilmenee tykkäyksinä ja jakoina sosiaalisessa mediassa.

(Lipschultz 2018, 23-25.) Näitä ulottuvuuksia koulutus voi edistää kirkastamalla yrityksen ydinviestejä ja pukemalla jopa strategian, vision tai mission tarinan muotoon. Tämä jää jatkokehityksen aiheeksi.

Koulutuksessani osallistujien blogeja ja sosiaalisen median kanavia voisi jatkossa kehittää henkilökohtaista tarinallisuutta kohden. Sosiaalisesta mediasta on mahdollista luoda personoitu uutiskanava, jonka juttutyypit on valittu lukijoiden aktiivisimman seurannan perusteella. Blogeissa mielenkiintoa voi herättää Instagramin behind the scenes -tarinoihin verrattavilla making of -tarinoilla, herättää kiinnostusta julkistuksia kohtaan. Menestyvän yritysblogin tarkoitus ei saa olla pelkkä myynnin lisääminen. (Forsgård & Frey 2010, 52, 67, 68.)

Vaikuttavan kirjoittamisen koulutus voisi jatkossa mahdollisesti edistää ihmisen älykkään toiminnan innovatiivisinta muotoa, tiedon luomista, johon kuuluvat tutkivan oppimisen käytännöt. (Hakkarainen, Lonka, Lipponen 2005, 21.) Tutkiva oppiminen on esimerkiksi sisällön kriittistä tulkintaa. (Hakkarainen, Lonka, Lipponen 2005, 347). Tutkiva oppijuus on asiantuntijan oppimisen muoto, joka edellyttää yleisesti yhteisöllisyyttä ja tiedonjakamista arviointivaiheessa.

Sosiaalisessa mediassa korostuu sen ”jakamislunne”. (Meikle 2016, 24). Siksi oma koulutukseni voisi pyrkiä ylittämään tämän jakamislunteen: jotkin tehtävät voisivat kehittää metareflektiivisiä ja -kognitiivisia kykyjä ja viime kädessä tutkivaa oppijuutta.

Persoonalliseksi kirjoittajaksi tuleminen vaatii rohkeutta. Lyhyen koulutuksen aikana jokainen ei välttämättä löydä ”omaa ääntään”, ellei se ole kehittynyt jo. Luova tietokirjoittaminen, Creative Non-Fiction, on faktaa, joka käyttää hyväksi fiktion keinoja: henkilöahmoja ja kerronnan keinoja. (Encyclopedia Britannica 2018). Joitakin Creative Non-Fictionin harjoituksia voin omaksua käyttööni luovuuden ja oman äänen etsimistä varten. Pilotti 2:ssa en ole niitä vielä kokeillut. Tämä on jatkokehittämisen asia.

## **6.1 Markkinoinnin haasteellisuus**

Aloitin vielä kehitysvaiheessa olevan vaikuttavan kirjoittamisen koulutuksen markkinoinnin syyskuun 2017 lopulla ja koulutus herätti välittömästi mielenkiintoa Vantaan ja Espoon

työväenopistoissa, Työväen sivistysliitossa sekä Infor Viestintäkoulutuksessa/MIFissä. Ensinmainitut ottivat kurssin tarjontaansa. Pääsin lokakuun alussa esittelemään ideaani Infor Viestintäkoulutuksen asiakaspäällikölle Laura Sarparannalle. Mainostin kurssiani myös Kriittiselle korkeakoululle, Helsingin aikuisopistolle sekä muutamalle ammattiliitolle: Akavan Erityisaloille, Talentialle, SAK:lle, STTK:lle. Mainostin koulutusta myös parille oppilaitokselle: Laurealle ja HUMAKille. Helsingin yliopiston viestinnän ja yleisen kirjallisuustieteen oppiaineille. Myös Helsingin seudun kesäyliopisto sai tiedon kurssistani ja he lupasivat miettiä mahdollisuuksia toteuttaa kurssi.

Kehitystyötä tehdessäni olen oppinut yrittäjän arjesta media-alalla. Sisältöosaajana olen joutunut ponnistelemaan markkinoinnin eteen. Olen lähettänyt tietoa uusista tuotteistani sopiviin Facebook-ryhmiin, markkinoinut blogeissani ja lähettänyt markkinointipostauksen aiempiin koulutuksiini osallistuneille. Olen oppinut, että markkinointi ei ole lyhyen matkan juoksijan laji, vaan se edellyttää pitkän matkan juoksijan harjoittelua ja kuntoa. Markkinointi tulee olemaan sisällön kehittämisen ohella toinen jatkokehittämisen kohde.

Markkinointi on syytä aloittaa hyvissä ajoin. Työväen- ja aikuisopiston kaltaiset tahot voivat reagoida kolmen-neljän kuukauden varoitusajalla, mutta paremmin maksavat tahot, jotka myyvät koulutuksia erilaisille asiantuntijakohderyhmille, vaativat puolen vuoden, jopa vuoden reagointiajan. Kilpailu tälläkin alalla on kovaa ja vain hyvin hiotuilla konsepteilla voi menestyä.

Haastateltava 1:ltä sain kehitystyön aikana hyviä käytännöllisiä vinkkejä ja ohjeita esimerkiksi palaveriin koulutuksentarjoajan kanssa. Hän korosti koulutuksen etujen esiintuomista asiakkaan näkökulmasta ja lyhyen hissipuheen laatimista. Asiakkaan toiveiden kuunteleminen ja koulutuksen etujen mainitseminen asiakasnäkökulmasta onkin parasta markkinointia. Haastateltava 1:llä oli oman toiminimen haltijana kokemusta markkinoinnista.

Sosiaaliseen mediaan erikoistunut, monikanavainen vaikuttavan kirjoittamisen koulutus olisi mielestäni markkinoitavissa yritysten ja järjestöjen viestintäosaajille. Viestintäosaajien lisäksi se on räätälöitävissä monien muiden alojen toimijoille markkinoinnista politiikkaan tietopohjaa muuttamatta.

## **6.2 Prosessin ja oman oppimisen arviointia**

Prosessi on ollut mutkikas. Olen lähtenyt kehittämään tuotetta konstruktivisella menetelmällä ennakkohypoteesinani, että sisällöt tulisivat politiikan teksteistä. Tämä hypoteesi on osoittautunut vääräksi pilotti 1:ssä.

Pilotti 2:een olen valinnut monikanavaiset sosiaalisen median tekstit. Tarve sosiaalisen median monikanavaisille teksteille on tullut ostajakohderyhmältä, Vihreiden puoluesihteerin

Lasse Miettiseltä ja Suomen Pakolaisavun tiedottaja Ruut Toloselta ja lisäksi survey-kyse-lystä. Tarvetta voi edelleen perustella digitalisoitumisen ja infoähkyn megatrendeillä. Sosi-aalinen media on täynnä sisältöjä, mutta vain harvat niistä jäävät mieleen.

Hollantilainen professori Joseph Kessels on puhunut organisaation opetussuunnitelma (corporate curriculum) -käsitteestä. Organisaation opetussuunnitelmaan kuuluu muun mu-assa asiantuntijatiedon kehittäminen, ongelmanratkaisutaitojen kehittäminen, reflektiivis-ten ja metakognitiivisten taitojen kehittäminen ja kommunikaatiotaitojen ja prosessi- ja ryh-mäosaamisen kehittäminen. (Koski 1998, 117.) Kessels väittää, että juuri tietotyöläisyyden nousun aikaansaama uuden oppimisen tarve on luonut tarpeen organisaation opetus-suunnitelmalle. Työn ytimessä on oppimaan oppiminen. (Kessels 2001, 498). Kohottava ajatukseni olisi, että jatkossa koulutukseni voisi edistää organisaation opetussuunnitelman osaa eli tietotyöläiselle välttämättömiä metakognitiivisia kykyjä ja kommunikaatiotaitoja eri-laisten vertailevien analyysitehtäviensä avulla.

Koulutuksen suunnittelusta ei yleensä voi laskuttaa toimeksiantajaa. Siksi on tärkeää, että koulutuksella on yleinen, helposti moniin eri toimialoihin sovellettavissa oleva tietopohja. Siihen pyrin vaikuttavan kirjoittamisen koulutuksellani alun perin. Luku- ja kirjoitustehtäviä on mahdollista suunnitella aina uusille kohderyhmille tietopohjan muuttumatta.

Koulutuksen suunnittelu herätti kysymyksen: voisinko tarjota koulutustani uusille kohde-ryhmille? Nyt kurssi on ensisijaisesti suunnattu ammattikirjoittajille. Kohderyhmiä voi mie-lestäni olla monia, koska perustietopohja on tärkeää tietoa esimerkiksi viestinnässä, mark-kinoinnissa ja muilla toimialoilla. Koulutuksen siirtäminen toiselle toimialalle edellyttää ala-kohtaisten tehtävien suunnittelua. Tähän menevä aika kannattaa käyttää, koska sitten mi-nulla on taas kokonainen koulutuspaketti esimerkiksi markkinoinnin ammattilaisille. Tar-peet pitää selvittää ennakkoon esimerkiksi surveyllä.

Vaikuttavan kirjoittamisen koulutusta voi kenties tulevaisuudessa hyödyntää myös yrityk-sen keskeisten käsitteiden, kuten strategian, mission ja vision sisäistämisessä eli näiden joukkoistamisessa ja tarinallistamisessa. Strategia pitää myös joukkoistaa, eli tehdä siitä kollektiivinen prosessi, ja tässä koulutukseni voisi auttaa sosiaalisen median monikanavai-sissa teksteissä. (Hiltunen 2012, 227, 232-233, 243-246). Strategia, visio ja missio saavat aikaan ydinviestin kaltaisia lauseita, jotka ovat tarinallistettavissa.

Sisällöllisen jatkokehittämisen aiheena on teoriapohjan etsiminen markkinoinnin ja argu-mentoinnin alalta. Esimerkiksi Marja-Liisa Kakkuri-Knuutilan Argumentti ja kritiikki -kirjan perusteella voisin kehittää tehtäviä, joissa eritellään keskenään argumentteja, kuvauksia ja selityksiä. Aristoteleen Retoriikka ja hänen muut kirjansa voivat toimia lähteenä eetos-paatos-logos-kuvion jatkokehittämiselle.



Tiedostan, että kriittinen kohta vaikuttavan kirjoittamisen käsitteen määrittelyssäni on luovuuden ja oman äänen löytäminen. Löytyykö oma ääni päivän mittaisessa koulutuksessa? Suuntia voin antaa.

Historiallisesti Creative Non-Fiction -käsite palautuu 1960-luvulla syntyneeseen uuteen journalismiin. New Journalism -käsitteen luoneet amerikkalaiset toimittajat ja kirjailijat kyseenalaistivat totuuden ja haastoivat objektiivisuuden ihanteen journalismissa. He veivät faktaan perustuvan journalismin kohti fiktion kerronnallisia keinoja.

Kuinka edistää luovuutta? Luova yksilö osaa leikkiä ajatuksilla, käsitteillä ja perusteilla. Luovuus edellyttää kuitenkin myös kurinalaista työtä. Guilford (1950) totesi, että luova ihminen kykenee tuottamaan vähäisestä ärsykkeestä monia vaihtoehtoja. (Jyrhämä, Hellström, Uusikylä, Kansanen 2016, 157.)

Luovuudessa ei ole kyse pelkästään yksilön ominaisuudesta, vaan luovuutta voi edistää kartuttamalla kulttuurista pääomaansa, lukemalla. Kulttuurisen pääoman käsite on peräisin ranskalais sosiologi Pierre Bourdieulta. Kentän perinteiden, sääntöjen ja perusteiden omaksuminen on myös luovuuden edellytys. (Koski 1998, 159).

Luovuuden tekniikoita on olemassa monenlaisia yhdistelystä arkipäiväisten asioiden tai intuition hyväksikäyttöön. (Vakkila 2013, 23). Niitä on löydettävissä runsaasti myös kirjallisuuden historiasta: esimerkiksi surrealistien automaattikirjoituksesta. Oma vaikuttava kirjoittamisen koulutukseni voi inspiroida luovuuteen jatkossa muun muassa hyvin valittujen blogikirjoitusten kautta ja surrealisteiltaikin omaksutuin harjoittein.

Koulutuksen kehittäminen merkitsee myös ihmisenä kasvamista. Opettajan pitää kasvaa persoonallisuuden, kognitiivisten prosessien ja ammatillisten toimintavalmiuksien osalta (Uusikylä & Atjonen 2005, 217). Kehitystyön perusteella omalla kohdallani kasvamista on vielä ensimmäisessä ja kolmannessa kohdassa. Olen oppinut, että en saa jumittua omiin ennakkokäsityksiini koulutuksen sisällöistä, omiin kiinnostuksenkohteisiini ja akateemisiin osaamisalueisiini. Kokonaan uuden koulutuksen kehittäminen on suuri askel kohti ammatillisten toimintavalmiuksien kehittämistä opettajana.

Koulutustuotteen kehittäminen on pitkälinen prosessi. Kuten Torkkikin totesi, sisällöt eli tehtävät selventyvät vasta kun tavoitteet ovat selvillä. Koulutusten aikana syntyä ideoita uusiksi tehtäviksi ja löytyy lisää havainnollistavia esimerkkejä, joista osa on omaksuttavissa mukaan.

Omassa kehitystyössäni innovointia oli retoriikan, tarinoiden ja tarinallisuuden hyödyntäminen oman yrityksen, järjestön tai ostajan tarkoituksiin. Tarinallisuutta ja retoriikkaa käy-

tettiin enimmäkseen monimediaisissa sosiaalisen median kanavissa testaamiseen. Tehtävissä kirjoitettiin enimmäkseen työroolissa. Tarinallisuutta sovellettiin työuran saavutuksista kertomiseen, jolloin siitä voi olla hyötyä työnhakutilanteessa.

Monilukutaidon avulla suunnittelin kurssille tehtäviä, joissa Jenkinsin uuden kirjoittamisen jotkut taidot (leikki, simulaatio, omaksuminen) tulevat käyttöön. Jenkinsin listan (Kallionpää 2017) lisäksi vaikuttavan kirjoittamisen koulutus voi edistää oletukseni mukaan luovuus-, julkisuus-, monisuorittamis- ja tietoisuustaitoja. Koulutus auttaa tekemään montaa asiaa kerralla, edistää monenlaisten tekstien tuotantotaitoa ja uusien tekstilajien tunte-  
musta.

Oman tuotteeni kontribuutio kirjoittamisen koulutuksen kenttään on se, että olen kehittänyt tuotteen, joka ammentaa sisältönsä teoreettisesti kestävästä materiaalista, jota on käytetty antiikista tähän päivään (retoriikka, tarinallisuus). Samaan aikaan se liittyy samaan aikaan vahvasti nimenomaan tämän hetken haasteisiin: infoähkyyn ja työn murrokseen.

Uuden työn murroksesta kirjoittanut sosiologi Richard Sennett ajattelee, että henkilökohtaisten ja yhteisöllisten siteiden löytyminen on mahdollistanut uuden työn syntymisen. Uusi työ kukkii monikulttuurisissa ja –eriarvoisissa paikoissa kuten Floridassa ja se perustuu ennen muuta epävarmuuteen ja joustavuuteen. Sen perustana oleva yhteisöllisyyden muoto on sitä, mitä puolalainen sosiologi Zygmunt Bauman kutsuu naulakkoyhteisöllisyydeksi. Naulakkoyhteisöllisyys kestää vain sen verran kuin takit viiptyvät naulakossa eikä siihen sisälly pidempiä sidoksia. Tuotteeni voikin tarjota yhden selviytymispätevyden lisäksi naulakkoyhteisöllisyyden aikakaudelle. Se voi auttaa siihen, että takki pysyy naulakossa kauemman aikaa.

Tuotteeni auttaa konkreettisesti työn murroksen tilanteessa. Elinikäisestä oppimisesta on tullut opetuksen suunnittelijoiden iskusana, ja monelle työnhakijalle todellisuutta. Vaihtelevien työurien polulla vaikuttavat monikanavaiset sosiaalisen median tekstit ovat eräs tapa erottautua joukosta, jopa tulla rekrytoituksi. Koulutukseni antaa uusia selviytymispätevyyksiä aikana, jolloin vuosikymmeniä jatkuvat työurat eivät ole itsestäänselvyys.

Oppiminen muuttuu digitalisoituvissa yhteiskunnissa. Aiheeseen liittyy laajoja kysymyksiä, kuten: kuinka varmistetaan kriittisen medialukutaidon oppiminen? Monimediaiset, eri aisteja hyödyntävät välineet voivat tukea oppimista ja toimia ajattelun ja toiminnan tukena. Kun globalisaatio ja tietotyö valtaavat, on entistä tärkeämpää saada ajankohtaista tutkimustietoa osaamisen ja oppimisen mekanismeista, mutta myös kehittää koulutuksia, jotka edistävät kriittistä medialukutaitoa.

Vaikuttavan kirjoittamisen pitkä koulutus tarjoaa aineksia monilukutaidon parantamiseen lukemisen, tulkinnan ja tekstintulkinnan osalta. Se auttaa jatkossa edistämään uuden tietotyöläisyyden tarvitsemia metakognitivisia kykyjä ja kriittistä medialukutaitoa. Jatkossa se voisi edistää myös entistä paremmin multimodaalisia monilukutaidon taitoja tehtävillä, joissa voi hyödyntää myös kuvaa ja ääntä tekstin ohella.

**Lähteet:**

- Aalto, S., Jämiä J., Kajaste, K., Korkalainen M. & Marjala K. 2002. Kirjoittamisen kevät. Näkökulmia kirjoittamisen opetuksen uuteen suuntaan. Helsingin yliopiston suomen kielen laitos. Vantaa.
- Alasilta, A. 2009. Blogi tulee töihin. Infor. Keuruu.
- Alasilta, A. 2013. Kirjoituskoulun vuosikirja. Scriptio Oy. Jyväskylä.
- Alasilta, A. 1999. Näin kirjoitat tehokkaasti. Viestintäopas työelämän kirjoittajille. Inforviestintä. Tampere.
- Alasilta, A. 2000. Verkkoajan viestintä. Kauppakaari. Helsinki.
- Alasuutari, P. 1999. Laadullinen tutkimus. Vastapaino. Tampere.
- Ampuja, M. & Koivisto J. & Väliverronen E. 2014. "Medioituminen: iskusana, analyttinen työkalu vai uusi paradigma?". Media & Viestintä. Vol. 37, n:ro 2. Luettavissa: <https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/62864>. Luettu 30.3.2018.
- Antikainen, A., Rinne, R. & Koski, L. 2013. Kasvatussosiologia. PS-Kustannus. Juva.
- Aula, P., Matikainen, J. & Villi, M. 2008. Verkko yhteiskunnallisena tilana. Teoksessa (toim.) Aula, P., Matikainen, J. & Villi, M. 2008. Verkkoviestintäkirja. Palmenia: Helsinki University Press. Helsinki.
- Blomstedt, J. 2003. Retoriikkaa epäilijöille. Loki-Kirjat. Helsinki.
- Blundel, R. 2004. Effective Organisational Communication. Perspectives, Principles & Practices. Pearson Education. Edinburgh.
- Bovée, Courtland L. & Thill, John V. 2017. Business Communication Today. Pearson Education Limited. Edinburgh.
- Burke, K. 1966. Language as Symbolic Action. University of California Press. Berkeley. London.
- Christian, N. 13.7.2012. The NABC Method from Stanford Institute. Luettavissa: <http://thesmokestack.dk/niels/2012/07/13/the-nabc-method-standford-research-institute-sri/>. Luettu 22.3.2018.

- Cudney, Elizabeth A. & Agustiady, Tina K. 2017. Design for Six Sigma. A Practical Approach through Innovation. CRC Press. New York.
- Erho, M. 28.3.2017. Retoriset keinot. Luettavissa: <https://prezi.com/p-jkkywgdkq7/retoriset-keinot/> Luettu: 14.4.2018.
- Fakakis, Liz. 2018. Encyclopedia Britannica. New Journalism. Luettavissa: <https://www.britannica.com/topic/New-Journalism>. Luettu 23.4.2018.
- Forsgård, C. & Frey, J. 2010. Suhde. Sosiaalinen media muuttaa johtamista, markkinointia ja viestintää. Infor. Vantaa.
- Hakeem, Khalid Rehman, 30.1.2015. The Writing Process. Luettavissa: <https://www.slideshare.net/khalidhakeem/scientific-writing-process>. Luettu: 18.4.2018.
- Hakkarainen, K. & Bollström-Huttunen, M. & Pyysalo, R. & Lonka, K. 2005. Tutkiva oppiminen käytännössä. Matkaopas opettajille. WS Bookwell. Porvoo.
- Hakkarainen, K., Lonka, K. & Lipponen, L. 2005. Tutkiva oppiminen, Järki, tunteet ja kulttuuri oppimisen sytyttäjinä. WS Bookwell. Porvoo.
- Heinonen, S. & Ruotsalainen, J. 2015. KUDOS. Median ja journalismin viriäviä tulevaisuuksia. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Tutu e-julkaisuja 4/2015.
- Heliste, M. 2016. ”Puheen valtaa – Juhana Torkin yhdeksän käskyä”. Nuori lääkäri, 1/2016. Luettavissa: <http://www.nly.fi/artikkeli/puheen-valtaa-juhana-torkin-yhdeksan-kas-ky>. Luettu 30.9.2017.
- Hiltunen, E. 2012. Matkaopas tulevaisuuteen. Talentum. Helsinki.
- Hiltunen, E. & Krook, P., Pekkarinen, H. & Rimpelä, E. 2014. Tee tulevaisuus! Pk-yrityksen ennakointiopas. Hämeen ELY-keskus. Lahti.
- Hirsjärvi, S. & Hurme H. 2000. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Yliopistopaino. Helsinki.
- Huuskan blogi, Luettavissa: <http://veikkohuuska.puheenvuoro.uusisuomi.fi/134484-urho-kekkosen-radiopuhe-stalinin-kuoltua-531953>. Luettu 24.10.2017.

Hyppönen, O. & Lindén S. 2009. Opettajan käsikirja – opintojaksojen rakenteet, opetusmenetelmät ja arviointi. Teknillisen korkeakoulun Opetuksen ja opiskelun tuen julkaisu 4/2009. Teknillinen korkeakoulu. Helsinki.

Hyvällä tieteellä on hintansa 2018. Luettavissa: <https://www.uef.fi/benchmarking>. Luettu: 15.4.2018.

Ilmarinen, V. & Koskela K. 2015. Digitalisaatio. Talentum. Helsinki.

Ivanič, Roz. 2004. Discourses of Writing and Learning to Write. Language and Education. Vol. 18, No. 3.

Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. 1993. Diskurssianalyysin aakkoset. Vastapaino. Tampere.

Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. 1999. Diskurssianalyysi liikkeessä. Vastapaino. Tampere.

Jyrhämä, R., Hellström, M., Uusikylä, K. & Kansanen, P. 2016. Opettajan didaktiikka. PS-kustannus. Juva.

Kaivo-oja, J. & Kuusi, O. & Koski, J. 1997. Sivistyksen tulevaisuusbarometri 1997. Tietoyhteiskunta ja elinikäinen oppiminen tulevaisuuden haasteina. Opetusministeriö ja Turun Kauppakorkeakoulun Tulevaisuuden tutkimuskeskus. Opetusministeriön suunnittelusih-teeristön keskustelumuistioita n:ro 25.

Kallionpää, O. 2014. Monilukutaidon opetus on ennen kaikkea uusien kirjoitustaitojen opetusta. Luettavissa: <http://www.kieliverkosto.fi/article/monilukutaidon-opetus-on-ennen-kaikkea-uusien-kirjoitustaitojen-opetusta/> Luettu 1.7.2017.

Kallionpää, O. 2017. Uuden kirjoittamisen opetus. Osallistuvaa luovuutta verkossa. Scriptum Creative Writing Research Journal, 1/2017. Luettavissa: <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/52704/scriptumOuti.pdf?sequence=1>. Luettu: 1.7.2017.

Kaloinen, M.-L., Suntinen, R. & Vallisaari M. 2008. Viesti ja vaikuta. WsoyPro. Porvoo.

Kananen, J. 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä: kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Tampere.

- Kasanen, E., Lukka, K. & Siitonen, A. 1991. Konstruktiivinen tutkimusote liiketaloustieteessä. Liiketaloudellinen aikakauskirja nro 3, s. 301-326. Helsinki.
- Kasanen, E., Lukka, K. and Siitonen, A. 1993. "The constructive approach in management accounting research", *Journal of Management Accounting Research*, Vol. 5, pp. 241-64. Luettavissa: [\[Google Scholar\]](#) Luettu 30.4.2017.
- Kauhanen, A. & Maliranta, M. & Rouvinen, P. & Vihriälä V. 2015. Työn murros. Riittääkö dynamiikka? Elinkeinoelämän tutkimuslaitos ETLA. Taloustieto Oy. Helsinki.
- Kessels, J. W. M. 2001. Learning in organisations: a corporate curriculum for the knowledge economy. *Futures*, 33, pp. 497-506. Luettavissa: [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/42225385/Artikel\\_2001\\_Kessels\\_Learning\\_in\\_organisations.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1525273995&Signature=yMz7DZoYKF0f3Nnzq%2BvPzm5k6QI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLearning\\_in\\_organisations\\_a\\_corporate\\_cu.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/42225385/Artikel_2001_Kessels_Learning_in_organisations.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1525273995&Signature=yMz7DZoYKF0f3Nnzq%2BvPzm5k6QI%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLearning_in_organisations_a_corporate_cu.pdf) Luettu: 2.5.2018.
- Koivukangas, U. 2018. Argumentaatio – teoriaa ja harjoituksia. Luettavissa: <https://peda.net/mikkeli/mikkelin-lukio/oppiaineet2/jk/%C3%A4i4/ulla-koivukangas/atjh>. Luettu 20.4.2018.
- Koski, J. 1997. Infoähky ja muita kirjoituksia oppimisesta, organisaatioista ja tietoyhteiskunnasta. Gummerus. Saarijärvi.
- Koskinen I. & Alasuutari, P. & Peltonen T. 2005. Laadulliset menetelmät kauppatieteissä. Vastapaino. Tampere.
- Lehtonen, M. 1996. Merkitysten maailma. Kulttuurisen tekstintutkimuksen lähtökohtia. Vastapaino. Tampere.
- Lindberg-Repo, K. 2005. Asiakkaan ja brändin vuorovaikutus – Miten johtaa brändin arvoprosesseja? WSOYpro. Juva.
- Lindblom-Yläne, S. & Nevgi, A. 2011. Yliopisto-opettajan käsikirja. WSOY. Helsinki.
- Lister M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. & Kelly, K. 2003. *New Media: A Critical introduction*. Routledge. Lontoo.
- Lukka, K.. 2014. Konstruktiivinen tutkimusote. Luettavissa: <https://metodix.fi/2014/05/19/lukka-konstruktiivinen-tutkimusote/> Luettu 21.3.2018.

- Lukka, K. 2006. Konstruktiivinen tutkimusote: luonne, prosessi ja arviointi. Teoksessa Röllin, K. ym. (toim.).2006. Soveltava yhteiskuntatiede ja filosofia. Gaudeamus. Helsinki.
- Manovich, L. 2001. The Language of New Media. Massachusetts: MIT Press. Cambridge.
- Meikle, G. 2016. Social Media. Communication, Sharing and Visibility. Routledge. New York.
- Mustakallio, A. 2.6.2011. Retoriikka tieteiden välisenä kielenä. Luettavissa: <http://retoriikantaito.fi/retoriikka-tieteiden-valisena-metakielena/>. Luettu 16.4.2018.
- Mustakallio, A. 2014. Vaikuttavan puhumisen taito. Matkaopas esiintyjille. MIF Institute of Finland. Kopijyvä.
- Myers, M. D. 2009. Qualitative research in business and management. SAGE Publications. London.
- Nousiainen, A. 2013. Nähdä muttei näkyä. Oma ääni toimittajan työssä. Teoksessa Harjunen, E. & Arvilommi, R. Kuinka teksti kirjoitetaan omaksi? Äidinkielen opettajain liitto. Helsinki.
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. WSOY. Helsinki.
- Oyegoke, A. 2011. "The constructive research in project management research". International Journal of Managing Projects in Business, vol. 4. Issue 4. Pp. 573-595.
- Palonen, K. & Summa, H. 1996. Pelkkää retoriikkaa. Vastapaino. Tampere.
- Pönkä, H. 15.9.2015. Opetuksen suunnittelu: pedagogiset ja teknologiset ratkaisut. Luettavissa: <https://www.slideshare.net/hponka/opetuksen-suunnittelu-pedagogiset-ja-teknologiset-ratkaisut/65>. Luettu 24.3.2018.
- Rauste-von Wright M., von Wright J., Soini, T. 2003. Oppiminen ja koulutus. Sanoma Pro. Helsinki.
- Rinne, R. & Salmi, E. 1998. Oppimisen uusi järjestys. Vastapaino. Tampere.
- Rubin, A. 2018. Luettavissa: <https://tulevaisuus.fi/metodit/toimintaympariston-muosten-tarkastelu/villit-kortit/>. Luettu 21.3.2018.



- Salakari, H. 2009. Toiminta ja oppiminen – koulutuksen kehittämisen tulevaisuuden suuntaviivoja ja menetelmiä. Eduskills Consulting. Helsinki.
- Seuring, S. & Gold, S. 2012. "Conducting content-analysis based literature reviews in supply-chain management". Supply-Chain Management. Luettavissa: <http://dx.doi.org/10.1108/13598541211258609>. Luettu 30.4.2017.
- SITRAN megatrendikortit, <http://www.sitra.fi/julkaisut/Muut/Megatrendikortit.pdf>.
- Statista, 2017. Number of Monthly Facebook Users Worldwide as of 4th Quarter of 2017. Luettavissa: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>. Luettu: 17.4.2018.
- Suomisanakirja, 2018. Luettavissa: <https://www.suomisanakirja.fi/vaikuttaa>. Luettu: 18.4.2018.
- Svinhufvud, K. 2016. Kokonaisvaltainen kirjoittaminen. Art House. Helsinki.
- Taneli, M. 2010. J. A. Hollon kasvatusteoriasta ja kasvatuksen maailmasta elämänmuotona. Luettavissa: [http://www.kasvatus-ja-aika.fi/site/?page\\_id=251](http://www.kasvatus-ja-aika.fi/site/?page_id=251). Luettu 11.3.2017.
- Tilli, J. 2017. Miten puhumme kun puhumme politiikkaa? Atena. Keuruu.
- Torkki, J. 2015. Puhevalta käyttöön: kuinka kuulijat vakuutetaan; Tarinan valta: kertomus luolamiehen paluusta. Otava. Helsinki.
- Torkki, J. 2014. Puhevalta käyttöön: kertomus luolamiehen paluusta. Otava. Helsinki.
- Torkki, J. 2014. Tarinan valta: kertomus luolamiehen paluusta. Otava. Helsinki.
- Tulevaisuuspaja JOU2YJ001-1, 2017. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu, journalismin ylemmän ammattikorkeakoulun opintoihin kuuluva kurssi. Helsinki.
- Uusikylä K. & Atjonen, P. Didaktiikan perusteet.
- Vakkuri, K. 2013. Sinä kirjoitat kirjan. Luovan kirjoittamisen opas.
- Varis, T. 2007. Ammatillinen oppimisprosessi digitaalisen median aikakaudella. Teoksessa Ammatillinen kasvu – Professional Growth. Professori Pekka Ruohotien juhla-kirja.

Virtanen, A. 2006. Konstruktiivinen tutkimusote, Miten koulutus ja elinkeinoelämän odotukset kohtaavat ammattikorkeakoulun opinnäytetöissä. OKKA-säätiö. Luettavissa: <http://docplayer.fi/18837238-Ammattikasvatuksen-aikakauskirja-8-1-46-52-issn-1456-7989-okkasaatio-2006-www-okka-saatio-com-ja-konstruktiivinen-tutkimus.html>

Virtuaaliammattikorkeakoulu. Luettavissa: <http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464131489/1194289345955/1194290010211.html>.

Luettu 21.3.2018.

Vuokko, P. 2009. Non-profit-organisaatioiden markkinointi. WSOYPro. Helsinki.

Ylitälo, M. 2011. "Kansalaisten tiedot ja taidot puntarissa". Julkaistu Hyvinvointikatsaus 1/2011. Luettavissa: [http://www.stat.fi/tup/hyvinvointikatsaus/hyka\\_2011\\_01.html](http://www.stat.fi/tup/hyvinvointikatsaus/hyka_2011_01.html). Luettu [11.4.2017](#).

## Liite 1. Kyselytutkimus 1 ja 2

Kyselytutkimusta on jaettu viestinnän alan ammattilaisten Viesti ry:n, ProComin ja Suomen Journalistiliiton Freelancer-osaston jäsenkirjeissä ja some-kanavissa. Lisäksi olen jakanut hakuilmoitusta yli kymmenessä Facebookin toimittaja/kirjoittaja-aiheisessa some-ryhmässä.

Monivalinnan numeron edessä on sen valinneiden määrä. Avoimia kysymyksiä analysoin luvussa 4.3.

1. Sukupuoli

15 Mies

39 Nainen

3. Mihin haluaisit tämän koulutuksen keskittyvän?

- 1) Monikanavaiset sosiaaliset median tekstit (Facebook, Twitter, Instagram, blogit, You Tube jne.) 19
- 2) Tiedottaminen 5
- 3) Lehtikirjoittaminen 10
- 4) Faktapohjainen kirjoittaminen 20
- 5) Muu 0

4. Onko sinulla tarvetta vaikuttavalle kirjoittamiselle työelämäteksteissä vai esim. harrastuksissa? Tai muu?

45 Työelämä

22 Harrastukset

1 Muu

4. Kuinka hyvin tunnet retorisia keinoja ja osaat soveltaa niitä? Retorisia keinoja mm. alku-sointu, kliimaksi, liioittelu, listaus, kielikuvat, retorinen kysymys, sanonnat, sanavalinnat, toisto, ironia, huumori. Lähde: <https://prezi.com/p-jkkywgdkq7/retoriset-keinot/>.

- 12 Erittäin hyvin
- 22 Melko hyvin
- 14 Tyydyttävästi
- 5 Huonosti
- 1 En ollenkaan

5. Monilukutaito tarkoittaa kykyä tulkita, tuottaa ja lukea monimediaisia ja multimodaalisia (ääntä, kuvaa yhdistäviä) tekstejä. Kuinka hyvin hallitset monilukutaidon?

9 Erittäin hyvin

26 Melko hyvin

12 Tyydyttävästi

6 Huonosti

2 En ollenkaan

6. Tarinallisuus tai tarinallinen palvelumuotoilu tarkoittaa yrityksen ydinviestin paketoimista lukijaystävälliseen muotoon tarinan avulla. Tässä käytetään elokuvasta ja fiktiosta tuttua hyvää henkilöahmoa sekä elokuvasta ja fiktiosta tuttuja työkaluja. Kuinka hyvin tunnet tarinallisuuden tai tarinallisen palvelumuotoilun periaatteet?

10 erittäin hyvin

22 melko hyvin

16 tyydyttävästi

6 huonosti

1 en ollenkaan

7. Mihin tarvitset vaikuttavaa kirjoittamista? Millaisia sisältöjä toivot vaikuttavan kirjoittamisen koulutukselta? Tai kesto?
8. Onko sinulla tarvetta monilukutaitoa, retoriikkaa ja tarinallisuutta yhdistävälle vaikuttavalle kirjoittamiselle?

34 Kyllä

20 Ei

9. Millaisilla teksteillä erottaudutaan infoähkyn hallitsemassa some-ajassa?

## Kyselytutkimus 2, pilotti 2.

1. Arvioi tehtävä 1, Kalliomäen tarinallisuuden soveltaminen blogiin tehtyyn palvelutariinaan. Kuinka hyödyllinen kannaltasi?

2 Erittäin hyödyllinen

1 Melko hyödyllinen

0 Ei kovinkaan hyödyllinen

0 Ei lainkaan hyödyllinen

2. Arvioi tehtävä 2, Facebook-johtaja Zuckerbergin postauksen analyysi kannaltasi.

3 Erittäin hyödyllinen

0 Melko hyödyllinen

0 Ei kovinkaan hyödyllinen

0 Ei lainkaan hyödyllinen

3. Arvioi Instagramiin tehdyn palvelu/asiakastarinan hyödyllisyys kannaltasi.

1 Erittäin hyödyllinen

2 Melko hyödyllinen

0 Ei kovinkaan hyödyllinen

0 Ei lainkaan hyödyllinen

4. Arvioi LinkedIn tehtävää, jossa käytettiin tarinallisuutta ja retorisia keinoja kannaltasi.

3 Erittäin hyödyllinen

0 Melko hyödyllinen

0 Ei kovinkaan hyödyllinen

0 Ei lainkaan hyödyllinen

5. Arvioi Kirsi Pihan Enron -analyysitehtävän hyödyllisyyttä kannaltasi.

2 Erittäin hyödyllinen

0 Melko hyödyllinen

0 Ei kovinkaan hyödyllinen

1 Ei lainkaan hyödyllinen

Avoin kysymys. Mitä pidit tietopohjasta? Entä käytännön toteutus: luennot ja tehtävät? Yhteispalautte: opettaja ja vertaispalautte? Toimiiko vai mitä muuttaisit?

1. Olisi ehkä hyvä, jos tehtävät ehtisi lukea ennen koulutusta tai ne saisivat olla suht. koht. lyhyitä, jos ne luetaan samassa tilaisuudessa
2. Tietopohja olennaista asiaa ja hyvin valittu sekä jäsennetty. Dioihin vähemmän tekstiä, lisää esimerkkejä ja visuaalisuutta. Luentoaineeseen lomaan keskustelua ja pikku tehtäviä (yksilö- ja ryhmätehtäviä). Laajemmat tehtävät itsenäisesti etänä. Lähitapaamisia muutama, niissä luentoja/tietokuja/alustuksia + keskustelua, lyhyitä tehtäviä, etätehtävien purkua, yhteenvetoja ja palautteita. Tarvitaan sekä opettajalta että vertaispalautetta.
3. Hyvä ilmapiiri ja vertaispalautteen mahdollisuus loistavaa!

Avoin kysymys. Monilukutaito on kykyä lukea, tulkita ja tuottaa monimediaisia tekstejä digitaalisilla julkaisualustoilla. Oliko koulutus liikaa painottunut johonkin näistä ulottuvuuksista? Mitä lisäisit, mitä vähentäisit?

4. Tuottamisen jättäisin pois tästä kokonaan, mutta menihän se tietysti, kun ne tuotokset olivat aika lyhyitä
5. Hyvä paketti, kun rytmitys löytyy eli sulattelu-aikaa ja lähi-etä-opiskelujaottelu.

## **Liite 2. Pilottien tehtävät**

### **Pilotointi 1, esikysely:**

Mitä teet työksesi?

Mikä on taustasi kirjoittajana?

### **Pilotointi 1:**

Miten arvioit opettajan pedagogisia taitoja?

Miten arvioit kurssin teknisiä järjestelyjä?

Onko kurssista hyötyä työsi kannalta?

### **Pilotointi 2, esikysely:**

Mitä teet työksesi?

Kirjoitatko työssäsi? Kirjoitatko some-tekstejä?

Mikä on taustasi kirjoittajana?

Onko sinulla esitietoja retoriikasta ja tarinallisuudesta?

### **Pilotti 1**

#### **1.opetuskerran materiaalit toteutetaan kalvoilla, joilla esitän monilukutaidon käsitteen määrittelyn ja retoriikan periaatteet.**

Kalvoilla on myös 15 minuutin tv-keskustelu, joiden avulla opiskelijat ymmärtävät eetoksen, päätöksen ja logoksen paremmin. Lisäksi tehdään pari harjoitusta Juhana Torkin hyvän tarinan reseptin ja kysymyslistan avulla. Opetuskerran kesto  $4 * 45 = 3$  tuntia.

Teoriaosuuden esittämiseen esimerkkeineen menee 45 minuuttia.

Tehtävä 1. Kirjoita pieni teksti, jossa hyödynnät retoriikan ydinajatuksia. Tekstissä on oltava selkeä puhuja-asema (tieto siitä, kuka puhuu), kenelle puhuu (yleisö/kohderyhmä) ja millä argumenteilla. Voit soveltaa harjoitustasi kirjoittamalla esimerkiksi yrityksesi blogiin kuvitteellisen some-tekstin blogiin tai internet-sivulle tai voit vaikka tehdä vapaa-ajan blogiisi some-tekstin valitsemastasi aiheesta. Toki voit myös suunnata tekstin perinteisessä printissä julkaistavaksi. Tehtävän tekemiseen käytetään 45 minuuttia, purkuun 30 minuuttia, eli yhteensä tunti 15 minuuttia.

Tehtävä 2. Rakenna tarina, jossa hyödynnät Torkin reseptiä hyvään tarinaan: luo juoni, hahmot, ympäristö, säännöstele jännitettä. Eli luo ikään kuin lyhyt proosapätkä. Tarina voi koskettaa yritystäsi, perhettäsi, tai harrastuksiasi ja voit toteuttaa sen haluamallasi tavalla: videona, some-tekstinä, audiona tai julkaistavaksi tarkoitettuna tekstinä. Aikaa kirjoittamiseen on 45 minuuttia, purkuun 30 minuuttia, eli yhteensä tunti 15 minuuttia.

**1. Monilukutaidon harjoittelu. Poliitikot eri alustoilla. Kyösti Kalliosta Li Anderssoniin. Retoriikan periaatteiden soveltaminen. Puhuja, kohdeyleisö ja perustelut. Tekstianalyysiä ja kirjoittamista ajankohtaisten poliittisten puhujien esimerkkien avulla.**

Tehtävä 1. Presidentti Kyösti Kallion radiopuhe talvisodan päätyttyä: [https://www.youtube.com/watch?v=57EapdUg\\_e0](https://www.youtube.com/watch?v=57EapdUg_e0)

Sinun tehtäväsi on selvittää millainen on Kallion puhuja-asema (mitä hän edustaa, millaisia vastakkainasetteluja hyödyntää), onko puheella kohdeyleisöä? Entä millaisia perusteita Kallio puheessaan käyttää?

Tehtävä 2. Mistä innostut, olet ylpeä tai mitä pelkää työssäsi? Keksi ylpeyden, innostuksen tai pelon aihe ja perustele se. Voit luoda pienen tarinan, jossa hyödynnät myös tarinallisuutta.

Tehtävän taustana on Torkin kysymyslista, jossa kysytään ylpeyden, pelon tai innostuksen aiheita. Tehtävä on sovellettu omaan työhön. Siinä sovelletaan kysymyslistaa Kalliomäen tarinallisuuden periaatteisiin.

**3. Retoriikan soveltaminen. Muisto- ja ylistysteksti**

Tehtävä 1. Erilaisia versioita muistopuheista presidentti Mauno Koivistolle. Tehtäväsi on tehdä tiivis analyysi kaikista. Analysoi puheen luonnetta, käytettyjä perusteluja ja sisältöä.

Pääministeri Juha Sipilän analyysi: <http://www.ksml.fi/kotimaa/P%C3%A4%C3%A4ministeri-Sipil%C3%A4-Presidentti-Koiviston-el%C3%A4m%C3%A4%C3%A4n-tiivistyy-Suomen-historia/991715>

Entinen pääministeri Paavo Lipponen Mauno Koivistosta:

<http://www.ksml.fi/kotimaa/Lipponen-muistelee-Koiviston-tehneen-historiallisia-p%C3%A4%C3%A4t%C3%B6ksi%C3%A4-ep%C3%A4r%C3%B6im%C3%A4tt%C3%A4/991708>



Sauli Niinistö presidentti Mauno Koiviston kuolemasta: <http://www.presidentti.fi/public/default.aspx?contentid=361858&nodeid=44810&contentlan=1&culture=fi-FI>

**Tehtävä 2.** Kirjoita vastaavanlainen ylistysteksti ihmiselle, jota ihaillet. Käytä perusteluina kyseisen henkilön elämäkertaa ja konkreettisia saavutuksia. Tämän ihmisen ei tarvitse olla poliitikko, vaan hän voi edustaa melkein mitä elämänalaa tahansa.

#### **4. Retoriikan soveltaminen. Tunteet, kielikuvat perusteluiden sisältönä**

Seuraavalla videolla presidentti Harry S. Truman varoittaa Japania Hiroshiman atomipommin pudottamisen jälkeen: <https://www.youtube.com/watch?v=e3Ib4wTq0jY>

Toisessa puheessa Suomen presidentti Kyösti Kallion puhe itsenäisyyspäivänä 1939: [https://www.youtube.com/watch?v=Q\\_RcAkgV52k](https://www.youtube.com/watch?v=Q_RcAkgV52k).

**Tehtävä 1.** Analysoi puheita. Kenelle puhe on suunnattu, minkälaisia perusteluja, vastakainasetteluja ja tunteita siinä käytetään ja luodaan.

**Tehtävä 2.** Rakenna johonkin tunteeseen vetoava puhe vaikka vihaiselle naapurille, vuokranantajalle, ihailmallesi työkaverille, tai mille tahansa haluamallesi kohteelle, jota kohtaan rakennat jonkin sopivan tunteen. Sen ei tarvitse olla uhkaus, voit käyttää hyväksi tunteiden koko kirjoa.

#### **5. Esimerkkejä tarinallisuuden luovasta hyödyntämisestä**

**Tehtävä 1.** Analysoi Vihreiden internetsivua tai Facebook-sivua hyväksikäyttäen Vihreiden luomaa tarinaa kärkipoliitikkojen kautta. Mitä teemoja ja miten perustellen nostetaan esiin? Millaista tarinaa hän rakentaa puolueesta?

## Pilotti 2, tehtävät ja ennakoaineisto osallistujille

Facebook on tärkein sosiaalisen median kanava, jolla oli 2017 viimeisellä vuosineljänneksellä 2,2 miljardia käyttäjää. (Statista 2017).

LinkedIn on tämän hetken kuumiin sosiaalinen kanava, jota yritykset käyttävät rekrytointiin, markkinointiin ja sisältöjen jakamiseen.

Blogit ovat nykyhetken personoituja sähköisiä päiväkirjoja tai eräänlaisia käyntikortteja henkilön työ- tai harrastusmaailmaan. Blogit ovat myös tärkeä henkilöbrändäyksen väline.

Instagram on tämän hetken kuumimpia sosiaalisen median kanavia. Se perustuu tehokkaiseen kuvapostauksiin, joissa on liitteenä ei aivan lyhyt, ja mielenkiinnon herättävä teksti.

Twitter on yritysten suosima kanava, jossa seuraajien ja jakojen määrä on tärkeää ja kertoo vaikutusvallasta. hashtageilla (@) saat postaukselle enemmän huomiota.

Asiakas- tai palvelutarina: <https://www.jyvaskylanenergia.fi/lampo/kokemuksia-kaukolammosta/asiakastarina-kortemaki>, <https://palvelukehitys.wikispaces.com/Palvelutarina>

Linkkivinkit: Twitter: <https://viestintapiritta.fi/twitter-toimittajan-tyossa-3-aloitusvinkkia/>,

Twitter-opas: <https://www.dude.fi/se-parempi-twitter-pikaopas>, <https://viestintapiritta.fi/twitterin-kayttovinkit-2017/>

Instagram: <http://www.kuulu.fi/blogi/millaiset-kuvat-toimivat-instagramissa-parhaiten-7-vinkkia-yrityksen-instagram-markkinointiin/>

Instagram-mestari: <https://www.is.fi/matkat/art-2000000922752.html>

Facebook-sivu yritykselle: <https://www.socialmediaexaminer.com/how-to-build-a-facebook-page-for-business-a-guide-for-beginners/>

LinkedIn-opas: <https://sometek.fi/linkedin-opas-verkostoituminen-tyonhaku-ja-hyva-profiili/>

Tehtävä 1. Tee blogiin tarjoamasi tuotteen tai palvelun tarina, jossa hyödynnät Kalliomäen tarinallisuuden periaatteita 5-8. Olet perustamassa siis yrityksellesi/tuotteelle/palvelulle blogia.

- a) Kehitä sille nimi. Voit hyödyntää esimerkiksi sanaleikkiä.

- b) Kirjoita aloituspostaus blogiisi, jossa esittelet tuotteesi/palvelusi/itsesi relevantein osin. Yritä myös koukuttaa lukija Torkin tarinan elementeillä tai henkilöahmolla, joka saa kokemaan samaistumisen tunteita. Voit myös hyödyntää tarkoitukseesi sopivia retorisia keinoja ja perustelutapoja.

Tehtävä 2. Facebook on pitkään ollut maailman suosituin sosiaalisen median kanava. Sen toimitusjohtaja Mark Zuckerberg on eräs maailman seuratuimmista yritysjohtajista. Lue seuraava blogipostaus: <https://www.facebook.com/notes/mark-zuckerberg/a-letter-to-our-daughter/10153375081581634/>.

- a) Millaisia perusteluita hän käyttää? Mitä retorisia keinoja löydät?
- b) Mikä on Facebookin osuus asiassa?
- c) Kirjoita Facebook-postaus yrityksesi tai omalle Facebook-sivullesi (jos sinulla ei ole sivu, luo kuvitteellinen postaus kuvitteelliselle sivulle), jossa hyödynnät sopivia retorisia keinoja.

Tehtävä 3. Luo Vacklinin ohjeilla samaistuttava hahmo, jonka koodaat yrityksesi/tuotteesi/palvelusi kannalta relevantilla tavalla. Hyödynnä myös Torkin tarinan elementtejä eli luo pieni tarina, jossa on juoni, tapahtumaympäristö ja jännite. Tarina tulee yrityksesi/järjestösi/omaan blogiisi.

Tehtävä 4. Luo Instagramiin asiakas/palvelutarina tai henkilökohtaista harrastusta esittelevä postaus. Lisää siihen vetoava kuva omasta kuvapankistasi tai internetin Common Licence -kuvista. Käytä tekstiä luodessasi Kalliomäen tarinallisuuden elementtejä.

Tehtävä 5. Kirjoita vaikuttava esittely itsestäsi LinkedIn -sivullesi. Hyödynnä konkreettisia saavutuksia työelämässä tai harrastuksissa ja sopivia retorisia keinoja ja tarinallisuutta Torkin ja Kalliomäen ohjeiden mukaan. Jos mahdollista, käytä itseironiaa, joka rivien välissä tukee omaa osaamistasi.

Tehtävä 6. Lue Kirsi Pihan blogipostaus <https://ellunkanat.fi/konflikti-poydalle-case-enron/> ja pohdi:

- a) kuinka hän tuo esille asiantuntijuuttaan (logos)?
- b) millaisia retorisia keinoja tekstistä löydät?
- c) kehitä vastaava asialähtöinen asiapostaus, jossa hyödynnät kaikkea osaamistasi: retorisia keinoja, eetos-paatoksen ajattelua, tarinallisuutta, sopivin osin. Mieti sitä varten oma asiantuntijuusalueesi.

### **Liite 3. Pilotti 2:n luentodiat.**

# Retoriikan perusteet

- Eetos (puhujan luonne, kuka puhuu)
- Paatos (puhujan mielentila, kohdeyleisö)
- Logos (argumentit, perustelut)

Aristoteles: Runousoppi  
Olbrechts-Tyteca ja uusi retoriikka

- Retoriikka auttaa rakentamaan tekstiin selkeän puhuja-aseman (kuka puhuu), yleisön (kenelle puhutaan) ja perustelut (millä argumentein)

# Vaikuttava kirjoittaminen

- Vaikuttava kirjoittaminen ja sen määritelmä:

1. *sosiaalista toimintaa digitaalisilla julkaisualustoilla, joka ei tapahdu yhteiskunnallisessa tyhjiössä.*

2. *Vaikuttavalla kirjoittamisella on aina puhuja (eetos), kohde (eetos) ja perustelut (logos).*

3. *Vaikuttavuus edellyttää usein luovuutta, ja luovan tai persoonallisen kirjoittamisen edellytyksenä on myyttinen ”oma ääni”.*

## Esimerkki eetoksesta, paatoksesta, logoksesta

- ▶ EU:n turvapaikkapolitiikka ja taakanjakomalli: <https://www.youtube.com/watch?v=Grwra1M36R8>  
Ville Niinistön puhuja-asema: humanitaarisen maahanmuuton kannattaja
- ▶ Yleisö: ihmisoikeuksia kannattavat  
Perustelut: tarvitaan pysyvä solidaarisuusjärjestelmä, ihmisoikeuksien kunnioittaminen, hallitsematon muuttovirta Venäjältä Suomeen ei poissuljettu asia  
Mykkäsen puhuja-asema: virallinen valtiovalta, moderaatti, joka ymmärtää molempia puolia.
- ▶ Yleisö: Keskiluokkainen, jolla on menetettävää  
Vuoden 2015 hallitsemattoman pakolaisvirran korjaaminen järjestäytyneellä tavalla Dublin II-säädöksen avulla, mutta ei muuria EU:n ja Välimeren väliin, humanitaarinen turvapaikkapolitiikka  
Halla-Ahon puhuja-asema: Rajat kiinni
- ▶ Yleisö: maahanmuuttovastaiset  
Perustelut: siirtolaisvirran ja turvapaikkashoppailun pysäyttäminen, metaforat "elintasopakolaiset", maahanmuuttajat eivät integroidu

## Vaikuttava kirjoittaminen

- ▶ Taustaa: Käsitys kirjoittamisesta sosiaalisena korostaa kirjoittamisen institutionaalista ja tilannesidonnaista luonnetta
- ▶ Historiallisesti palautuu mestari-kisälli-pareihin eri taiteenaloilla ja identifikaatioon; samaistumme tahoihin, joiden arvot jaamme
- ▶ Vaikuttavaa kirjoittamista usealla tasolla: samaistumispintaa hahmoissa, tarinassa tai vakuuttavat perustelut
- ▶ (Svinhufvud: Kokonaisvaltainen kirjoittaminen, 43-48)

## Torkin kysymyslista (valikoidut otokset)

- Minkä yhden lauseen toivot kuulijoiden muistavan?
- Miten väännät sanomasi rautalangasta?
- Mitä toivoisit kuulijoiden muistavan?

Kysymyslista auttaa etsimään puhujan, yleisön tai argumentit

## Torkin kysymyslista

Mitä kuulijasi pelkäävät?

Mistä kuulijasi tuntevat ylpeyttä?

Mistä olet viime aikoina innostunut?

Mitä itse pelkää?

Miten voit tehdä maailmasta paremman?

## Torkin ohjelista Applen tarinan avulla

Keskity viestin sisällössä siihen, mikä koskettaa tunnetta.

Esitä ratkaisuja konkreettisiin ongelmiin.

Rakenna aristoteelinen draama.

Käytä arkkityyppejä.

Tee ihmisistä tarinasi kertojia antamalla heille siinä paikka.

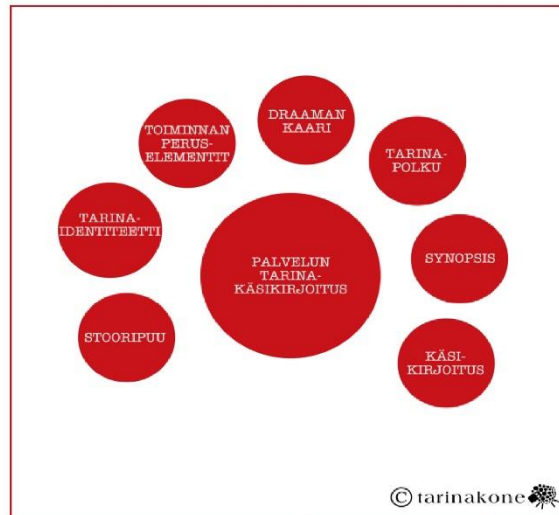
(Torkki: Tarinan valta 2014, 110-111).

## Esimerkkejä hyvistä tarinoista ja hahmoista

- ▶ Heterogeenisiä sisustajia ymmärtävä Finlayson:  
<https://www.facebook.com/FinlaysonFI/videos/10155923130864985/>
- ▶ Tehokas palvelutarina, Nordea & urbaani nikkari:  
<https://ajassa.nordea.fi/yrittajat-kasvu/kansijuttu/urbaani-nikkari-rakentaa-puistot-betonista/>
- ▶ Elisa haluaa edistää aikuisten ja nuorten läheisyyttä:  
<https://www.youtube.com/user/elisa>
- ▶ Applen kannattaja vaihtaa Samsungiin ja varttuu:  
<https://www.puhelinvertailu.com/uutiset/2017/11/06/samsungin-uusi-mainos-pilkkaa-applea-vuosien-ajalta>



# Tarinallisuus laajemmin



## Tarinallisuus

- ▶ Tarinaintiteetti yläkäsite: jokaisella yrityksellä on tarinaintiteetti, joka kehittyy. Kaiken yritystoiminnassa tehdyn tulee tukea identiteettiä.
- ▶ Määritelmä: Tarinallisuus tai tarinallinen palvelumuotoilu tarkoittaa yrityksen ydinviestin paketoimista lukijaystävälliseen muotoon tarinan avulla. Tässä käytetään elokuvasta ja fiktiosta tuttua hyvää henkilöahmoa sekä elokuvasta ja fiktiosta tuttuja työkaluja.
- ▶ Tarinassa on selkeä alku, keskikohta, loppu.
- ▶ Tarinassa on kronologisuutta.
- ▶ Tarinassa on syy-seuraussuhteita, juonellisuutta.
- ▶ Tarinallistamisen näkökulmasta tarina on yrityksen toiminnan punainen lanka.
- ▶ Tarinassa on selkeä hahmo/toimija.
- ▶ Tarinassa on sekä faktaa että fiktiota.
- ▶ Tarina vetoaa tunteisiin (ihimillisyys, merkitykset, tunnistamisen kokemukset).
- ▶ Tarina vetoaa eri aisteihin ja herää eloon aistien kautta (vrt. tekstissä adjektiivit, kuvailut, palveluissa eri aisteihin vaikuttaminen).
- ▶ (Kalliomäki 2014, 22-23.)

## Ohjeet hyvälle henkilöhahmolle (Vacklin)

- ▶ Kirjoittaja ei arvioi hahmoaan.
- ▶ Hän koodaa tämän vaatteilla, väreillä, äänillä ja metaforilla eli kielikuvilla. Nämä kertovat henkilön tuloista, luokasta, työstä, etnisyydestä, uskonnosta, sukupuolesta, seksuaalisesta suuntautuneisuudesta, muotitietoisuudesta. Koodaus voi kertoa myös yhteiskunnan ja kulttuurin arvoista.
- ▶ Hahmon nimeäminen etu- tai sukunimellä kertoo millaisesta henkilöstä on kysymys.
- ▶ Kirjoittaja luo uskottavan hahmon, jonka näkökulmasta hän aistii ja havainnoi.

## Torkin resepti hyvään tarinaan

1. Rakenna mielekäs juoni, jossa jännite aluksi kasvaa, lopuksi purkautuu.
2. Rakenna hyvät henkilöhahmot.
3. Kuvita tapahtumaympäristö.
4. Säännöstele jännitettä, pitkitä kerrontaa. (Torkki: Tarinan valta, Otava 2014, 12, 50-51, 73).

## Juhana Torkin ajatuksia

- Mikä tarina on? Sekoitus historiaa, merkityksellisten kohtien valintaa, tunteeseen vetoavia kohtia
- Tarinallistaminen: tunteisiin ja älyyn vetoavat tarinat ("Puhu toisille niin kuin haluaisit itsellesi puhuttavan.")
- Apuvälineenä kysymyslista, joka auttaa hyödyntämään omia toiveita, pelkoja ja tarinoita

## Vakuuttava tyyli

- ▶ Yksinkertaisuus: tiiviys
- ▶ Odottamattomuus: korosta näitä
- ▶ Konkreettisuus
- ▶ Uskottavuus
- ▶ Tunnepitoisuus
- ▶ Kertomuksellisuus
- ▶ (Mustakallio 2014, 35-37.)

## Sisältö ja tekstin rakenne (Lähde: Koivukangas, Ulla)

- ▶ Syy-seuraus-suhde: ”Jos käytät Kirkas-voidetta, iho-ongelmasi häviävät.”
- ▶ Oma kokemus: (mainoksen henkilö vakuuttaa) ”Jo viikossa ihoni kirkastui. Kokeile sinäkin Kirkas-voidetta ja huomaat eron!”
- ▶ Tunteet, tarpeet ja toiveet: ”Haluathan tuntea ihosi samettisen pehmeuden?” ”Haluathan näyttää hyvältä? Kirkas-voiden tekee sinusta illan tähden!”
- ▶ Arvot ja moraalit: ”Kirkas-voidetta ei ole testattu koe-eläimillä.”
- ▶ Edut ja haitat: ”Kirkas-voide saa ihosi voimaan paremmin.”
- ▶ Huumorin ja ironian eri sävyt (sarkasmi, itseironia,

## Esimerkkejä sisältöperusteluista

- ▶ SLL, Sipilän hallitus sivuuttaa yleisen edun maankäytössä: <https://www.sll.fi/ajankohtaista/tiedotteet/2016/Sipilan-hallitus-sivuuttamassa-yleisen-edun-maankaytossa>
- ▶ Auktoriteetti, sydänlääkäri ja sokerin haitallisuus: <https://www.mtv.fi/lifestyle/makuja/artikkeli/vuosikymmenten-uskomukset-taytta-puppua-sydanlaakari-tama-ontotuus-rasvasta-ja-sokerista/6320460#gs.wlnPckM>
- ▶ Arvoihin vetoaminen, sama arvo kaikilla, tasa-arvoinen avioliittolaki ja MTKL: <http://mtkl.fi/tasa-arvoinen-avioliittolaki-lisaisi-hyvinvointia/>

## Sisältö ja tekstin rakenne: argumenttien taso

- ▶ Auktoriteetti, esim. asiantuntija tai lähde: *"Ihotautilääkärit suosittelevat Kirkas-voidetta."*
- ▶ Tilastot ja tutkimus: *"82% Kirkas-voiteen käyttäjistä havaitsi epäpuhtauksien vähenevän jo viikossa."*
- ▶ Yleinen mielipide: *"Kaikki käyttävät Kirkas-voidetta - käytä sinäkin!"*
- ▶ Yleinen uskomus: *"Ihovoiteiden käyttö ei sovi miehille."*
- ▶ Asian uutuus: *"Kirkas-voiteen uusi koostumus on vallankumous ihonhoidossa. Kokeile!"*
- ▶ Analogia eli vastaava tapaus: *"Pidätkö Sähkövoiteesta, edellisestä hittituotteestamme? Et voi olla ihastumatta Kirkas-voiteeseen!"*

## Retoriikan figuurit (Blomstedt 2003, 95-98.)

Merkityksen figuurit eli troopit

- ▶ metafora eli analogiaan perustuva kielikuva
- ▶ metonymia: abstrakti asia ilmaistaan konkreettisemmin. *"Liituruutua ymmärtää toista liituruutua."*
- ▶ Synekdoke eli liike enemmästä vähempään. *"Pääministeri on hallituksen kasvot."*



## Retoriikan figuurit (Blomstedt 2003, 93-95.)

- ▶ Rakenteen figuurit koskevat ilmaisuuden kompositiota, sommittelua tai konstruktiota:
- ▶ antiteesi. joko-tai
- ▶ toisto ja paljon alatermejä: sanan toisto tai ajatuksellinen toisto.
- ▶ bathos kasaa dramatiikkaa ja tarjoaa antiklimaksin. ”olen niellyt pari unitablettia: olen vihannes, olen aivoton, olen kuollut, olen valmis koisimaan...”
- ▶ humoristinen toisto toistaa ajatusta niin, että se muuttuu naurettavaksi. Esim. sotamies Svejk.

## Retoriikan figuurit (Blomstedt 2003, 92)

- ▶ Sanafiguurit, joilla manipuloidaan äänneitä ja tavuja:
- ▶ neologismit ja uudissanat kehitellään olemassaolevista sanoista. Arjentola.
- ▶ arkaismi eli vanhahtava ilmaisu.
- ▶ diafora eli sama sana esiintyy samanlaisena mutta eri merkityksessä yhdessä lauseessa.

## Retoriikan figuurit (Blomstedt 2003, 88-92)

- ▶ Ajatuksen figuurit:  
paradoksi. ”Minä en olisi luonut ihmistä. Minä rakastan ihmistä.” (Stanislaw Jerzy Lec)
- ▶ ironia. ”Mikä ihana ilma!” kun sataa kaatamalla.
- ▶ hyperbola eli liioittelu. ”Suomessa on maailman parhaat urheilijat!”
- ▶ litootti kieltää ajatuksen vastakohtan. ”Metrokäytävää ei suositella vapaa-ajan käyttöön.”
- ▶ eufemismi on merkityksen pehmentämistä. Kuolla = nukkua pois.
- ▶ hypotypoosi kasvattaa intensiteettiä. ”Räikkönen painaa kaasua, auto kiittää yli mäkien, vauhti nousee, lähimpänä olevilta lentävät hatut pois, hän voittaa.”
- ▶ paralipsi korostaa jotakin asiaa jättämällä sen sanomatta.

## Retoriikan keinot (Erho 2017), jatkuu

- ▶ Huudahdukset herättävät yleisön huomion tai haluavat aiheuttaa reaktion. Huh hellettä!
- ▶ Vastakkainasettelu tai rinnastus. Joko minä tai hän?
- ▶ Kielteinen tai myönteinen lopputulos. Yleinen mainonnassa. Etkö sinäkin haluaisi pehmeämmän ihon?
- ▶ Tunteisiin vetoaminen esimerkiksi sanavalinnoilla tai anekdooteilla. Suomen kansa joutuu
- ▶ Ironia ja itseironia. Voi, mikä saapas minä olenkaan.  
(Erho 28.3.2017.)

## Torkin ohjelista Applen tarinan avulla

Keskity viestin sisällössä siihen, mikä koskettaa tunnetta.

Esitä ratkaisuja konkreettisiin ongelmiin.

Rakenna aristoteelinen draama.

Käytä arkkityyppejä.

Tee ihmisistä tarinasi kertojia antamalla heille siinä paikka.

(Torkki: Tarinan valta 2014, 110-111).

## Monilukutaito

- ▶ Luukka (2013) on määritellyt monilukutaidon ”tekstuaalisten käytänteiden hallinnaksi, johon kuuluu taito käyttää, tulkita ja tuottaa monimodaalisia tekstejä erilaisissa monimediaisissa, tilanne- ja kulttuurisidonnaisissa toimintaympäristöissä tiedollisia ja sosiaalisia tarpeita varten.”
- ▶ (Kallionpää 2017, 47, 50.)
- ▶ Monilukutaito on selkokielellisesti ilmaistuna entistä parempaa taitoa tulkita, tuottaa ja arvottaa tekstejä monissa eri kulttuurikonteksteissa hyödyntäen kaikkia media-alustoja.



## Retoriikan keinot (Erho 2017) jatkuu

- ▶ Kielikuvat: vertaus, metafora, elollistaminen.
- ▶ Retorinen kysymys, johon ei odoteta vastausta. Sellainen lapsi, millainen isä.
- ▶ Sanonnat ja sitaatit. Vakka kantensa valitsee.
- ▶ Sanavalinnat, sanajärjestys, lauserakenteet, auttaa korostamaan haluttua asiaa. Sinäkin, Brutukseni?
- ▶ Toisto on tehokasta oikein rakennettuna. Laiskan toiston sijasta voi käyttää synonyymejä.
- ▶ Huumori on tehokasta oikeassa asiayhteydessä.

## Torkin resepti hyvään tarinaan

1. Rakenna mielekäs juoni, jossa jännite aluksi kasvaa, lopuksi purkautuu.
2. Rakenna hyvät henkilöhahmot.
3. Kuvita tapahtumaympäristö.
4. Säännöstele jännitettä, pitkitä kerrontaa. (Torkki: Tarinan valta, Otava 2014, 12, 50-51, 73).

# Juhana Torkin ajatuksia

- Mikä tarina on? Sekoitus historiaa, merkityksellisten kohtien valintaa, tunteeseen vetoavia kohtia
- Tarinallistaminen: tunteisiin ja älyyn vetoavat tarinat ("Puhu toisille niin kuin haluaisit itsellesi puhuttavan.")
- Apuvälineenä kysymyslista, joka auttaa hyödyntämään omia toiveita, pelkoja ja tarinoita

# Retoriikka vaikuttamisen välineenä

Rita Dahl, VTM, FM

## Kieli on politiikkaa, kielellä vaikutetaan

- Kielen politiikan vaikutus ilmenee parhaiten juuri myytteihin nojaavassa (poliittisessa) kielenkäytössä, joka perustuu oletuksiin luonnollistuneista, kaikkien saman kulttuuriyhteisön jäsenten hyväksymistä, merkityksistä.
- Kieli ei ole koskaan neutraalia, vaan sillä on aina poliittinen ulottuvuus (vertaa feministinen ajatus: henkilökohtainen on poliittista tai sosiaalinen konstruktionismi: kieli tuottaa todellisuutta, ei heijasta sitä)
- Vaikuttava kirjoittaminen tarkoittaa puhujan yritystä omaa puhujasemaansa tehostamalla vaikuttaa, vedota puheen/puhunnan kohderyhmään keksimillään perusteluilla (retoriikan käsitteet ethos, paatos, logos; puhuja, yleisö/t ja puheen/puhunnan perustelut)

## Sosiaalinen konstruktionismi

- Kielen yhteisöllinen luonne merkitsee sitä, että poliittiset yhteisöt ammentavat samankaltaisesta merkitysvarastosta ja nojaavat yhtenäiseen, itselleen läheiseen todellisuuskuvaan.
- Esimerkiksi 1980- ja 90- luvuilla tapahtui suurten ideologioiden kuolema ja samankaltaistuminen, läheneminen. 2010-luvulla yhteistä on eräänlainen protektionismi (EU sulkee ulkorajojaan retorisesti ja reaalisesti myös kahdenvälisin kumppanuussopimuksin, USA myös)

## Retoriikan analyysi

- Retoriikan analyysissä ja tekstin tuotannossa sovellamme politiikan tutkija Kari Palosen yksinkertaista retorisen tekstintulkinnan kehyskuviota, jonka perusta löytyy Aristoteleelta. Palosen kuvio selvittää puhujan (eetos) suhdetta yleisöön (paatos) sekä sitä, millaisen argumentaation (logos) turvin hän pyrkii yleisönsä vakuuttamaan.
- Uuden retoriikan edustaja Chaïm Perelman: puhe/puhunta on kohdistettu joko universaali- tai erityisyleisölle (erityisyleisö voisi olla toimittajat, lääkärit, juristit jne.)
- Palonen, feministit jne: kaikki on läpikotaisin poliittista kielestä ja ostoksista lähtien: ostoksilla käynti on valintoja
- Poliittisten tekstin taustalla politiikkakäsitys. Esim. Ruotsin sosialidemokraattien 90-lätsprogrammetissa olennaista ketkä rajataan ihmisyyden ulkopuolelle

## Perelmanin uusi retoriikka

- Esisopimukset koskevat siis joko todellisuuden tai toivottavien asiaintilojen perusteita, ja ne legitimoidaan joko kvantitatiivisten (määrälliset) tai kvalitatiivisten (laadulliset) perusteluiden avulla.
- Kvantitatiivinen lokus nojaa enemmyyden voimaan joko esittämällä mahdollisimman suuren ihmisjoukon kannattamia mielipiteitä. Se toimii usein tuomalla esiin jonkin asian hyödyllisyyden siitä seuraavan tehokkuuden lisääntymisen vuoksi.
- Kvalitatiivinen lokus uskoo ennen kaikkea jonkin asian ainutlaatuisuuteen perustelun oikeuttajana.
- Kvantitatiivisen lokuksen Perelman toteaa liittyvän usein säilyttävään argumentointiin, kun kvalitatiivisen lokuksen käyttö on tyyppistä puolestaan vallankumoukselliselle argumentaatiolle.
- Muita lokuksia ovat järjestyksen, olemassaolon, olemuksen (essentian) ja 93 henkilön lokukset. Lokusten käyttö on yhteydessä tiettyyn maailmankuvaan. Esim. diktatuuri korostaa luonnostaan järjestyksen lokusta.

## Perelmanin uusi retoriikka: esisopimukset ja argumentaatiotekniikat

- Esisopimukset muodostavat eräänlaisen "esivalmistelun" perusteluille; ne pystyttävät perusteluiden käyttämät elementit ja merkitsevät ensimmäistä askelta suostuttelevuuden tiellä. (Perelman 1958/1971, 65.) Esisopimus voisi olla kaikkien jakama käsitys
- Argumentaatiotekniikat: assosiativinen, dissosiativinen ja kvasiloogiset.
- Kvasiloogiset määrällisiä, loogisia: tekevät maailmasta mitattavan.