

# TALOUSVIESTINTÄ YMMÄRRETTÄVÄKSI

Marja Raulo-Porkkala

Opinnäytetyö  
Toukokuu 2014

Liiketalouden koulutusohjelma  
Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala





Tekijä(t) Raulo-Porkkala, Marja	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 6.5.2014
	Sivumäärä 60	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty (X)
Työn nimi TALOUSVIESTINTÄ YMMÄRRETTÄVÄKSI		
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) Svärd, Erica		
Toimeksiantaja(t) Jämsän seurakunta		
<b>Tiivistelmä</b>  <p>Opinnäytetyön aiheeksi valittiin talousviestintä. Tavoite oli selvittää kolme tutkimuskysymystä: Mitä talousviestintä on? Miten vastaanottajat prosessoivat taloustietoa? Miten taloudesta viestitään maallikoille? Tutkimuskysymykset selvitettiin lähdekirjallisuuden, kirjallisten haastattelujen ja suullisen haastattelun avulla. Tietoa kerättiin viideltä seurakunnan luottamushenkilöltä ja yhdeltä työntekijältä. Haastattelututkimuksen analyysimenetelmä oli kvalitatiivinen analyysi.</p> <p>Talousviestintä on talousasioista kertomista. Numeroiden avulla kerrotaan esim. suomalaisen saattohoidon ja guatemalalaisen ihmisoikeustyön tukemisesta ja seurakunnan tuotoista ja kuluista. Taloudellista tietoa mm. yksinkertaistetaan tiedostamattomien prosessien avulla. Yksinkertaistaminen ilmenee esim. niin, että tulkitaan tilanne ensimmäisen, puutteellisen tiedon perusteella eikä oteta huomioon lisätietoja. Yksinkertaistaminen helpottaa päätöksen tekemistä, mutta voi johtaa huonoon lopputulokseen.</p> <p>Haastattelututkimuksessa selvisi, että maallikoille on hyvä viestiä suullisen selonteon välityksellä, havainnollisesti, ymmärtämistä haittaavia elementtejä välttäen ja yleiskieltä käyttäen. Ymmärtämistä haittaavat esim. termit, pääasiasta poikkeaminen ja kokonaisuuden käsittelyn laiminlyönti.</p> <p>Tutkimuksen tulos oli, että suullinen selonteko (raportti) sopii hyvin taloudellisen tiedon välittämiseen. Graafit eli kuviot ovat kuulijoille mieluinen havainnollistamiskeino mm. siksi, että graafien ansiosta mielikuva asiasta syntyy nopeasti. Graafit myös tiivistävät tietoa ja vetoavat näköaistiin. Kieli on tärkeä ymmärrettävyytekijä sekä haastattelututkimuksen että lähdekirjallisuuden mukaan.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Talousviestintä, raportointi, tuloslaskelmat, taseet		
Muut tiedot		



Author(s) Raulo-Porkkala, Marja	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 06.05.2014
	Pages 60	Language Finnish
		Permission for web publication ( X )
Title MAKING FINANCIAL COMMUNICATION UNDERSTANDABLE		
Degree Programme Degree Programme in Business Administration		
Tutor(s) Svärd, Erica		
Assigned by The parish of Jämsä		
<p>Abstract</p> <p>The aim of the thesis was to find answers to the three research questions: What is financial communication? How do recipients process financial information? How are economic issues communicated to ordinary persons? The answers to the research questions were sought on the basis of the source literature used, written interviews and an oral interview. The data was collected from five active members of the parish and one employee. The method of analysis was qualitative.</p> <p>The results show that financial communication means sending and receiving information of financial matters. For example, numerical information is used to report on supporting Finnish hospice and human rights in Guatemala including the income and expenses of a parish. It became clear that the financial information being communicated is simplified through subconscious processes. A recipient will take into account the first, incomplete piece of information ignoring further information. Simplification facilitates decision-making, but can lead to a bad result.</p> <p>It also became clear that ordinary persons get the most out of financial communication if the communication is oral and illustrative avoiding the elements that are harmful to understanding and if standard language is used. Certain terms, a deviation from the main issue and lack of general view are harmful to comprehension.</p> <p>The results also show that an oral report is well suited to the transmission of financial information. Graphs, as methods of elucidation, are popular among listeners because they, among other things, make it easier for a listener to have an idea of the matter in question. Graphs also tend to summarize information and are visual. The language used is an important element of understanding a message according to both the interview survey and the literary sources used.</p>		
Keywords financial communication, a profit and loss account, a balance sheet		
Miscellaneous		

## SISÄLTÖ

<b>1</b>	<b>JOHDANTO .....</b>	<b>3</b>
1.1	Aiheeksi talousviestintä.....	3
1.2	Kolme tutkimuskysymystä.....	5
<b>2</b>	<b>LAADULLINEN TUTKIMUSOTE .....</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>TALOUSVIESTINTÄ .....</b>	<b>9</b>
3.1	Päätöksenteon apu.....	9
3.2	Ohjaavat säädökset .....	11
3.3	Raportit – taloustekstejä .....	12
<b>4</b>	<b>RAPORTOINTI .....</b>	<b>14</b>
4.1	Kirjallista ja suullista.....	14
4.2	Tarkkailu- ja kustannuspaikkaraportti.....	15
4.3	Seurakunnan tuloslaskelma .....	18
4.4	Seurakunnan tase.....	20
4.5	Raportin laatiminen.....	22
<b>5</b>	<b>TALOUSTIEDON KÄSITTELY .....</b>	<b>24</b>
5.1	Talouselukutaito .....	24
5.2	Yksinkertaistus .....	26
5.3	Ymmärtäminen .....	28
5.4	Ymmärrettävä teksti ja puhe .....	30

<b>6</b>	<b>HAASTATTELUTUTKIMUS .....</b>	<b>35</b>
6.1	Suunnitteluvaihe .....	35
6.2	Tiedonkeruu .....	36
6.3	Analyysi ja tulkinta .....	38
<b>7</b>	<b>HYVÄ VIESTINTÄTAPA.....</b>	<b>39</b>
7.1	Vastaajien näkemys.....	39
7.2	Aineiston tulkinta .....	44
<b>8</b>	<b>POHDINTA.....</b>	<b>46</b>
	<b>LÄHTEET .....</b>	<b>54</b>
	<b>LIITE.....</b>	<b>59</b>
	<b>Liite 1. Haastattelulomake</b>	<b>60</b>

## TAULUKOT

Taulukko1. Katkelma budjettitarkkailuraportista	15
Taulukko 2. Katkelma Jämsän seurakunnan kustannuspaikkaluettelosta	16
Taulukko 3. Kustannuspaikkaraportti	16
Taulukko 4. Jämsän seurakunnan tuloslaskelman pelkistetty rakenne	18
Taulukko 5. Jämsän seurakunnan taseen pelkistetty rakenne	20

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Aiheeksi talousviestintä

Opinnäytetyöni aihe on talousviestintä. Talousviestintä on osa organisaation kokonaisviestintää. Se on talousasioista kertomista. (Roine 2001, 11.) Viestintää nimitetään toisinaan tiedottamiseksi (Ylenius & Keränen 2006, 3; Juholin 2013, 26), mutta tässä opinnäytetyössä *tiedottamista* käytetään suppeammassa merkityksessä. Tiedottamisella tarkoitetaan tiedon välittämistä, joka on suunniteltua, yksisuuntaista eli organisaatiolta sidosryhmille suuntautuvaa, muodollista ja puolueetonta (Juholin 2013, 57, 475). *Talousviestinnällä* ja *taloustiedottamisella* on siis eri merkitys.

Virike talousviestinnän tutkimiseen tuli talousjohtaja Juha Lemettisen kirjoituksesta, joka julkaistiin Kylväjä-lehdessä helmikuussa 2008 ja jonka luin paljon ennen liiketalouden opintojen aloittamista. Lemettinen aprikoi katsauksessaan, miten lukijat tulkitsevat talousinformaatiota. Esim. virkkeen *Tulos oli yllätys* lukijat voivat tulkita niin, että siihenastinen tiedotus on ollut harhaanjohtavaa. (Lemettinen 2008, 17). Kirjoitus herätti halun tutkia joskus talousviestintää, esim. sitä, ymmärtävätkö vastaanottajat sanoman lähettäjän tarkoittamalla tavalla.

Valitsin aiheekseni talousviestinnän, koska aihe oli muistissani ja koska sekä sanojen että numeroiden kieli kiinnostaa minua. Valitsin aiheekseni talousviestinnän myös siksi, että se kiinnostaa muitakin. Juha Näsi ja Kari Neilimo (2006, 35) kuvaavat 2000-luvun tilannetta näin:

*1980-luvulla päivän talousuutiset radiossa olivat harvojen intressi ja normaali-toope ottikin nokoset niiden aikana. Tänään ne ovat jokamiehen mannaa niin lehdistössä, televisiossa kuin radiossakin. Ainakin aikuisväki rientää keittiöstä katsomaan, miten MTV:n talousankkuri luettelee päivänmenon talousotsikoiden kautta.*

Elisa Juholin (2013, 335) toteaa kirjassaan *Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi*, että talousasiat kiinnostavat suomalaisia edelleen. Uusimman Talouslukutaito-tutkimuksen mukaan 59 % suomalaisista seuraa talousuutisia vähintään viikoittain (Västilä 2013, 20).

Talousviestintää kannattaa tutkia, koska monilla on talousviestintään liittyviä pulmia ja tutkimus saattaa ratkaista ne. Minulle virikkeen antanut Evankelis-luterilaisen Lähetisyhdistys Kylväjän talousjohtaja kysyy katsauksessaan, miten yhdistyksen taloudellisesta tilanteesta tulisi tiedottaa, ja luonnehtii taloustiedottamista taitolajiksi (Lemettinen 2008, 17). Jämsän seurakunnan talousjohtaja pitää talousviestintää haasteellisena ainakin kahdesta syystä. Ensiksi vastaanottajat ovat maallikoita – eivät taloushallinnon ammattilaisia – esim. kirkkovaltuuston jäseniä ja seurakunnan työntekijöitä. Toiseksi vastaanottajien pitäisi hahmottaa kokonaisuus, vaikka he olisivatkin vastuussa vain yhdestä työmuodosta ja osabudjetista. (Hell 2012.)

Taloushallinnon konsultointipalveluja tarjoavaa yrittäjää huolestuttaa se, että osa asiakkaista ei ymmärrä heille lähetettyjä tuloslaskelma- ja taseraportteja (Berg 2011, 3). Toimijat, kanavat ja tavat nuorten taloudellisen osaamisen edistämässä - hankkeen informantit – viranomaiset, muut julkiset toimijat, opettajat sekä järjestöjen, säätiöiden ja elinkeinoelämän edustajat – mainitsevat ainakin neljä kirjalliseen talousviestintään liittyvää ongelmaa: Viestintä ei tavoita nuoria, koska sitä ei ole suunniteltu eikä suunnattu nuorille. Ymmärrettävää ja kiinnostavaa materiaalia on vaikea tehdä, koska talouden termit ovat vaikeita. Taloustieto vanhenee nopeasti. Joidenkin organisaatioiden työntekijöillä ei ole viestintäalan koulutusta eikä kokemusta. (Jokinen 2012, 37, 39, 43, 46.)

Talousviestintää kannattaa tutkia myös siksi, että viestintä muuttuu koko ajan ja siitä tarvitaan uutta tietoa. Lisäksi talousviestintä on Jyväskylän ammattikorkeakoulussa tuore aihe – talousviestintä-hakusanalla verkkokirjasto Theseuksesta löytyy vain yksi JAMKissa tehty opinnäytetyö – eikä Jämsän seurakunnan nykyisen kirkkovaltuuston näkemyksiä talousviestinnästä ole selvitetty.

Mm. Kirkon tiedotuskeskuksen pyynnöstä on tutkittu viestijöiden työnkuvaa vuonna 2013 (Kaustinen 2013), mutta seurakunnan talousviestintään liittyvää tieteellistä, vähintään lisensoitettujen tasoista tutkimusta en ole toistaiseksi löytänyt. Talousviestinnästä ovat kirjoittaneet Sirkka-Liisa Roine ja Vesa Partanen. Heidän näkemyksiään esitellään myöhemmissä pääluvuissa.

## **1.2 Kolme tutkimuskysymystä**

Tutkimusongelman määritteli toimeksiantaja, Jämsän evankelisluterilainen seurakunta. Seurakunnan talousjohtaja halusi tietää, kuinka voi viestiä tehokkaasti – oikeastaan ymmärrettävästi – maallikoille, jotka ovat päättäjiä eli kirkkovaltuuston jäseniä sekä työmuotonsa budjetista vastuussa olevia työntekijöitä (Hell 2012). Tutkimuskysymyksiä on kaiken kaikkiaan kolme: Mitä talousviestintä on? Miten vastaanottajat prosessoivat taloustietoa päätöksentekotilanteessa? Miten taloudesta viestitään ihmisille, jotka eivät ole taloushallinnon ammattilaisia?

Opinnäytetyön tavoite on selvittää tutkimuskysymykset ja antaa virikkeitä talousviestinnän kehittämiseen. Oppimistavoitteena on omaksua uutta laskentatoimen raporteista, raportoinnista ja laadullisesta tutkimuksesta. Opinnäytetyön tehtävä on kerätä seurakunnan talousviestintään liittyviä näkemyksiä mm. luottamushenkilöiltä ja opastaa viestinnässä. Opinnäytetyön tarkoitus on antaa kuva opiskelijan osaamisesta: tiedonhankinta-, tiedonhallinta- ja viestintätaidoista. Opinnäytetyön tarkoitus on, että tekijä oppii uutta, osoittaa perehtyneisyytensä aiheeseen ja tutkimusotteeseen sekä antaa vastauksen talousjohtajan kysymykseen.

Viestintää tarkastellaan laskentatoimen näkökulmasta. Koska laskentatoimi on taloushallinnon osa-alue (Taloushallinto ja laskentatoimi n.d.), työ liittyy luontevasti taloushallintoon, johon tekijän opinnot Jyväskylän ammattikorkeakoulussa painottuvat. Miten aihe ja opinnäytetyö rajataan? Tutkitaan vain taloudellista tietoa sisältävää viestintää. Tutkitaan vain yhden seurakunnan talousviestintää. Tutkitaan vain ajankohtaista talousviestintää, pääasiassa uusinta tuloslaskelmaa ja tasetta.



Opinnäytetyön tutkimuskysymykset ratkaistaan lähdekirjallisuuden, kirjallisten haastattelujen ja suullisen haastattelun avulla. Tietoa kerätään seurakunnan luottamushenkilöiltä sekä yhdeltä työntekijältä. Informanteiksi sopivat henkilöt, jotka ovat tutustuneet seurakunnan talousviestintään ja joilla on tutkimusaiheen kannalta parasta tietoa (Kananen 2008, 76). Jämsän seurakunnan kirkkovaltuustossa on 27 jäsentä. Kirkkovaltuuston jäsenet käyttävät hallinnollisesti ylintä valtaa. (Kirkkovaltuusto n.d.) Heistä yhdeksän kuuluu myös kirkkoneuvostoon. Kirkkoneuvoston jäsenet valmistelvat asiat kirkkovaltuustolle. (Kirkkoneuvosto n.d.)

Tämän opinnäytetyön toinen luku esittelee laadullisen tutkimusotteen ja metodit, joilla tietoa kerätään ja analysoidaan. Kolmas luku käsittelee talousviestintää: se on vastaus ensimmäiseen tutkimuskysymykseen. Neljäs luku käsittelee raportteja ja raportointia. Raportti on talousviestinnän ilmentymä ja tekstilaji, jota tuotetaan ja tulkitaan seurakunnissa. Päättötyön ensimmäisille lukijoille – päättötyön ohjaajalle ja toimeksiantajaseurakunnan talouspäällikölle – laskentatoimen raportit ovat tuttuja, mutta luultavasti ne ovat vieraita muille lukijoille. Päättötyön muita lukijoita ovat henkilöt, jotka haluavat oppia lukemaan seurakuntansa tuloslaskelmaa ja tasetta, ja taloustiedon jakajat, kuten sanomalehden valtio-oppia opiskelevat kesätoimittajat, jotka kaipaavat viestintävinkkejä. Sitä paitsi oppimistavoite liittyy laskentatoimen raportteihin ja raportointiin. Neljäs luku vastaa kolmanteen tutkimuskysymykseen osittain. Viides luku tarkastelee taloudellisen tiedon prosessointia ja antaa vastauksen toiseen tutkimuskysymykseen. Kuudennessa luvussa esitellään haastattelututkimuksen vaiheet ja seitsemännessä luvussa tulokset. Kahdeksas luku sisältää pohdintaa.

## 2 LAADULLINEN TUTKIMUSOTE

### Tutkimusote

Tutkimusote tarkoittaa tiedon tuottamisen tapaa. Tutkimusotteeksi valittiin kvalitatiivinen tutkimusote, koska loppujen lopuksi kiinnostus kohdistuu merkityksiin (ks. Kananen 2008, 25), siis sanojen informaatioisisältöön, luottamushenkilöiden sisäistämiin, viestintään liittyviin arvoihin ja tapaan hahmottaa maailma (Alasuutari 2011, 60, 62–63) sekä merkitysten tuottamiseen. Tutkimusote on kvalitatiivinen myös siksi, että opinnäytetyössä tähdätään tulosten syvälliseen tulkintaan ja ymmärtämiseen (ks. Kananen 2008, 26).

Havaintoja tarkastellaan teoreettisesta viitekehuksesta eli selvästi määritellystä näkökulmasta. Laadullisessa tutkimuksessa näkökulmaa on kuitenkin voitava vaihtaa. (Alasuutari 2011, 79, 84.) Tutkimusaineistoa tarkastellaan fakthanäkökulmasta. Fakthanäkökulmalla on kolme ominaisuutta. Ensiksi fakthanäkökulma pitää erillään maailman ja siitä esitetyt väitteet. Toiseksi fakthanäkökulma kiinnittää huomiota aineiston totuudenmukaisuuteen ja tiedon antajien rehellisyyteen. Kolmanneksi fakthanäkökulman näkemys tutkijan tavoittelemasta totuudesta tai todellisuudesta on käytännöllinen ja arkiajattelun mukainen. (Alasuutari 2011, 90–91.)

Kun aineistoa tarkastellaan fakthanäkökulmasta, informanttien ilmaisutavalla ei ole merkitystä. Niinpä haastattelun asemesta voidaan valita lomake. Kun halutaan samoja tietoja kaikilta informanteilta, lomakkeeseen laitetaan yksityiskohtaisia kysymyksiä ja annetaan jopa vastausvaihtoehtoja. Aineisto koostuu tallennetuista tilanteista eli sanatarkasta kuvauksesta siitä, missä muodossa haastatteliija esittää kysymykset ja vastaaja vastauksensa. (Alasuutari 2011, 85, 93.)

### Tiedonkeruu- ja analyysimenetelmä

Tiedonkeruumenetelmistä otettiin käyttöön kirjallinen ja suullinen puolistrukturoitu haastattelu eli avoimia kysymyksiä sisältävä haastattelu (ks. Kananen 2008, 73). Haastattelulomaketta hyödynnetään, koska haastattelulomakkeiden käsittely on no-

peampaa kuin nauhoitettujen haastattelujen ja koska eräs Toimijat, kanavat ja tavat nuorten taloudellisen osaamisen edistämässä -hankkeen aikana toteutettu osatutkimus näytti mallia. Kyseisen osatutkimuksen aineisto kerättiin verkkohaastattelulomakkeella, jossa oli avoimia kysymyksiä. Lisäksi haastateltiin kahta opettajaa kasvokain. Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin. (Jokinen 2012, 37.) Myös Anne Laajalahden (2014, 105) väitöskirjatutkimuksen aineisto – kirjoitelmat – kerättiin verkkolomakkeella.

Tieteellisessä tutkimuksessa havainnot ovat johtolankoja, jotka johdattavat johtopäätöksiin, tutkimuksen tuloksiin. Aineistoon liittyviä havaintoja tehdään ja tulkitaan jonkin metodin avulla. Hyvän tutkimusmetodin piirre on se, että sitä käytettäessä aineisto voi yllättää tutkijan ja antaa tutkijan oletuksiin tai tutkimusasetelmaan liittyvää palautetta. (Alasuutari 2011, 78, 81–82.)

Analyysimenetelmänä on kvalitatiivinen analyysi, koska se sopii laadullisen aineiston analysointiin. Kvalitatiivisessa eli laadullisessa analyysissä on kaksi vaihetta: havaintojen pelkistäminen ja arvoituksen ratkaiseminen. Ensimmäisen vaiheen alussa keskitytään siihen, mikä aineistossa on olennaista tutkimusongelmien kannalta. Sitten tehdystä raakahavainnoista etsitään yhteisiä piirteitä ja raakahavainnot yhdistetään yhdeksi makrohavainnoksi tai muutamaksi makrohavainnoksi. Esim. havaintolauseet ”Maalla asumisen hyvä puoli on se, että naapuruussuhteet ovat läheisiä” ja ”Valitettavasti mikään ei pysy kyläyhteisöltä salassa” voidaan yhdistää havaintolauseeksi ”Käsitys naapuruussuhteiden tiiviyydestä”. Yhdistämisen tuloksena saatu makrohavainto pätee poikkeuksetta kaikkiin raakahavaintoihin. (Alasuutari 2011, 39–40, 42, 212.)

Laadullisen analyysin toisessa vaiheessa – arvoituksen ratkaisemisen vaiheessa – johtolankojen eli havaintojen avulla tutkittavasta ilmiöstä tehdään tulkinta. Toisin sanoen annetaan vastaus miksi-kysymykseen tai miten-kysymykseen ja selitetään havainnot, tehdään siis tutkittava ilmiö ymmärrettäväksi. Esim. raittiuteen tähtäävä henkilö ylpeilee juoneensa ennen paljon, koska rankka ja pitkäkestoinen juominen on merkki omakohtaisesta kokemuksesta ja pätevydestä auttaa muita alkoholista eroon haluavia. Tulkittaessa mennään asioiden taakse: pidetään asioita muunlaisina, kuin mil-

tä ne näyttävät, ja päätellään sellaista, mitä ei silmillä näe. Jos ei päästä asioiden taakse, kyse on selvityksestä eikä tieteellisestä tutkimuksesta. Viittaukset aineistoon, esim. puhesitaatit ja avokysymysten vastaukset, havainnollistavat tulkintaa. Tulkinta havaintojen merkityksestä todistetaan oikeaksi aineiston avulla, ehkä myös muiden aineistojen tai tutkimustulosten avulla. Myös teoreettiseen viitekehykseen viittaaminen kuuluu toiseen vaiheeseen eli arvoituksen ratkaisemiseen. (Alasuutari 2011, 44, 51–53, 77–78, 88, 215, 226, 267.)

## 3 TALOUSVIESTINTÄ

### 3.1 Päätöksenteon apu

Talousviestinnästä tuli erillinen viestinnän laji 1980-luvun ja 1990-luvun vaihteessa. Talousviestintä on yhteisön toiminnan esittelyä numeroiden avulla. Esim. kokoa kuvaavat luvut, kuten liikevaihdon, henkilöstön ja asiakkaiden määrät, rakentavat mielikuvaa organisaation toiminnasta. Talousviestintä on myös yhteisön toimintaan ja tulokseen vaikuttavien asioiden kertomista, esim. raaka-aineiden suurista hintamuutoksista informoimista, ja yhteisön arvoista kertomista (Roine 2001, 9, 17–18.) Viestinnän dosentti Elisa Juholin määrittelee talousviestinnän näin: ”Talousviestintä on viestintää, joka on sisällöltään taloudellista tai taloudelliselta kannalta kiinnostavaa.” Talousviestinnän tehtävä on välittää tietoa ja ymmärrystä asioista, jotka vaikuttavat yhteisön talouteen. (Juholin 2013, 336.)

Hyvä talousviestintä keskittyy olennaisiin asioihin, mm. tulevaisuuden ennakkointiin. Hyvä talousviestintä on paitsi olennaisiin asioihin keskittyvää myös ajankohtaista, luotettavaa ja ymmärrettävää. Kauppätieteiden tohtori Vesa Partanen huomauttaa, että ihminen ei kuitenkaan ymmärrä talousinformaatiota luonnostaan: ymmärtäminen edellyttää laskentatoimen termien ja laskentaperiaatteiden tuntemusta. Niinpä controllerit monissa organisaatioissa kouluttavat avainhenkilöitä ja keskustelevat näiden kanssa raporteista. (Partanen 2007, 39, 43.)

Ulkoisen talousviestinnän kohderyhmiä ovat liikekumppanit, asiakkaat, vaikuttajat (= etujärjestöt, viranomaiset, poliitikot), rahoittajat (= pankit, pääomasijoitusyhtiöt, bisnesenkelit), sijoittajat, analyytikot ja tiedotusvälineet. Ulkoisen talousviestinnän tehtävä on synnyttää hyvää mainetta ja luoda yhdyskuntasuhteita. Ulkoisen talousviestinnän tehtävä on myös liiketoiminnan edistäminen: talousviestinnän tavoitteena on siis turvata yhteisön rahoitus, houkutella uusia työntekijöitä ja synnyttää ja säilyttää asiakkaiden ja liikekumppanien luottamus. (Roine 2001, 11–13, 25–26, 30, 32.)

Sisäinen talousviestintä on taloudellisen informaation välittämistä yrityksen henkilöstölle, etenkin johtajille. Sisäinen talousviestintä tukee johtamista ja päätöksentekoa. (Partanen 2007, 410.) Päätöksentekotilanteissa talousinformaatio voi tarjota vastauksen eli osoittaa kannattavimman ratkaisun. Talousinformaatio auttaa ymmärtämään esim. investointien taloudellisia vaikutuksia. Talousinformaatio vaikuttaa esim. budjettiin ja resurssien määrään. Talousinformaatio toimii tehdyn päätöksen perusteluna ja/tai antaa virikkeitä toiminnan kehittämiseen. (Burchell, Clubb, Hopwood, Hughes ja Nahapiet Partanen 2007, 34–36 mukaan.)

Esim. vaihtoehtolaskelma osoittaa kannattavimman ratkaisun ja investointilaskelma auttaa ymmärtämään investoinnin vaikutuksia vuotuisiin tuottoihin ja kustannuksiin (Jyrkkiö & Riistama 2000, 189, 207.) Huomionarvoista on, että talousinformaation perusteella ei voi tietää päätöstä ennalta. Vaihtoehtolaskelmasta kyllä näkee, kuinka paljon kukin vaihtoehto sitoo pääomaa ja aiheuttaa tuottoja ja kustannuksia, mutta päätöksentekoon vaikuttavat myös tekijät, joita ei voida esittää euroina eikä mitata, esim. riippumattomuus. Jos riippumattomuus osahankkijasta on yritykselle tärkeämpi asia kuin rahansäästö, yritys voi alkaa valmistaa tuotteeseen tarvittavaa osaa, vaikka laskelmien mukaan osan ostaminen olisi halvempaa kuin sen valmistaminen. (Jyrkkiö & Riistama 2000, 189, 207.)

Suomen evankelis-luterilainen kirkko on julkishallinnon organisaatio, joka jakaa viestintänsä julkiseen ja sisäiseen – ei ulkoiseen ja sisäiseen. Julkinen viestintä on tietojen antamista julkisuuteen eli yleiseen tietoisuuteen ja yhteistyötä median kanssa (Hakala & Sumiala-Seppänen 2003, 32; Kirkon tiedotuskeskus: julkinen viestintä n.d.). Sisäinen viestintä on tiedonkulkua yhteisön sisällä (Hakala & Sumiala-Seppänen 2003,

32), esim. kirkolliskokouksen ja kirkon työntekijöiden välillä ja seurakunnan talousjohtajan ja seurakunnan työntekijöiden välillä. Sisäisen viestinnän tehtäviä ovat mm. työn kehittäminen ja ajan tasalla pitäminen (Toimiva sisäinen viestintä on edellytys julkiselle viestinnälle n.d.).

Mielenkiintoista on, että kirkon sisäinen viestintä suunnataan muillekin kuin henkilökunnalle. Kirkon sisäisen viestinnän piirissä ovat työntekijöiden lisäksi esim. vapaaehtoiset ja luottamushenkilöt (Toimiva sisäinen viestintä on edellytys julkiselle viestinnälle n.d.). Itse asiassa kaikki kirkon jäsenet ovat sisäisen viestinnän kohde (Hakala & Sumiala-Seppänen 2003, 32). Sisäinen viestintä kohdistetaan siis ihmisille, joilla on kaksoisrooli: he ovat sekä asiakkaita eli palvelujen käyttäjiä että rahoittajia. Aikuiset maksavat tuloistaan 1,5 % kirkollisveroa Jämsän seurakunnan menojen peittämiseksi (Talous n.d.). Kaksoisroolin vuoksi talousviestinnän yksityiskohtaisuuden taso on mieltävä huolellisesti. Tavallisesti rahoittajat saavat tarkempaa tietoa kuin asiakkaat, mutta kirkon jäsenten tiedontarve ja vastaanottokyky eivät välttämättä ole samanlaisia kuin esim. pankin edustajien. Taloustietoa jakavan organisaation on jatkuvasti tiedettävä, millainen on kunkin sidosryhmän tiedontarve ja vastaanottokyky (Juholin 2013, 335).

### **3.2 Ohjaavat säädökset**

Talousviestintää ohjaavat monet lait, esim. osakeyhtiöyhtiölaki, yhteistoimintalaki ja arvopaperimarkkinalaki (Roine 2001, 13). Suomen evankelis-luterilainen kirkko noudattaa kirkkolakia, kirkkojärjestystä, kirjanpitolakia ja kirjanpitoasetusta (Säädökset n.d.). Kirkkolaki velvoittaa noudattamaan kirjanpitolakia ja tilintarkastuslakia soveltuvin osin sekä kirkkojärjestystä ja kirkkovaltuuston taloussääntöä. Kirkkolaissa mainitaan, että myös kirkkohallitus voi antaa taloutta koskevia määräyksiä. (Kirkkolaki 26.11.1993/1054, 1 §.)

Kirkkojärjestyksessä on talousasioiden raportointiin liittyviä ohjeita. Talousarviossa pitää osoittaa, miten rahoitustarve katetaan. Talousarviossa pitää olla käyttötalous- ja tuloslaskelmaosa sekä investointi- ja rahoitusosa. Tilinpäätöksessä on oltava tulos-

laskelma, tase, rahoituslaskelma, liitetiedot, talousarvion toteutumisvertailu ja toimintakertomus. Tilinpäätöksen on annettava oikeat ja riittävät tiedot toiminnasta, tilikauden tuloksesta ja taloudellisesta asemasta. Toimintakertomuksessa täytyy antaa tietoa hallinnosta, toiminnasta, taloudesta ja sisäisestä valvonnasta, samoin toiminnallisten ja taloudellisten tavoitteiden toteutumisesta. Toimintakertomuksessa on annettava tietoja myös sellaisista toimintaan ja talouteen liittyvistä olennaisista asioista, joista ei kerrota tuloslaskelmassa, taseessa ja tilinpäätöksen liitetiedoissa. Jos taseessa on kattamatonta alijäämää, toimintakertomuksessa on selostettava, miten talouden tasapainotus toteutuu tilikaudella ja miten voimassa oleva toiminta- ja taloussuunnitelma riittää tasapainottamaan talouden. (Kirkkojärjestys 8.11.1991/1055 v. 1993, 15:2 §, 5 §, 6 §.)

Kirjanpitolaki antaa määräyksiä mm. liiketapahtumien kirjaamisesta ja tilinpäätöksen ja toimintakertomuksen sisällöstä, rekisteröinnistä ja julkistamisesta. Kirjanpitovelvollisen on lähetettävä tilinpäätöksen ja toimintakertomuksen jäljennös rekisteröitäväksi patentti- ja rekisterihallitukselle, jos päättyneellä ja sitä edeltäneellä tilikaudella on ylittynyt vähintään kaksi rajaa: liikevaihto tai sitä vastaava tuotto 7 300 000 e, taseen loppusumma 3 650 000 e, palveluksessa keskimäärin 50 henkilöä. Kirjanpitovelvollinen voi julkistaa tilinpäätöksensä ja toimintakertomuksensa itse täydellisinä tai lyhennelminä. (Kirjanpitolaki 30.12.1997/1336, 3:9–10 §.)

Kirjanpitoasetus velvoittaa laatimaan sekä tuloslaskelman että taseen kaavan mukaan. Kirjanpitoasetus määrää, että rahoituslaskelmaan on merkittävä liiketoiminnan rahavirta, investointien rahavirrat ja rahoituksen rahavirrat. Se määrää myös, mitä tietoja on esitettävä liitetietoina. (Kirjanpitoasetus 30.12.1997/1339, 1–2.)

### **3.3 Raportit – taloustekstejä**

Talousasioista viestiminen edellyttää viestijältä sekä viestintätaitoja että organisaation talouden ja liiketoiminnan tuntemista. Talousasioista tiedottavat taloudesta vastaavat henkilöt, tiedottajat ja/tai viestintätoimistot. (Roine 2001, 10.) Talousteksti on talouselämän teksti, joka kytkeytyy kansantaloustieteeseen tai liiketaloustieteisiin.

Talouselämän teksteissä käytetään usein erikoiskieltä, ammattikieltä. Taloustekstit ryhmitellään liiketeksteihin ja muihin teksteihin. **Liiketekstien** avulla hoidetaan liiketoimia. Liiketekstien tuntomerkki on dialoginomaisuus: ne muistuttavat keskustelijan puheenvuoroa. Liiketekstejä ovat mm. tarjouspyyntö, tarjous, tilaus, tilauksenvahvistus, perintäkirje, reklamaatio, suoramyyntikirje ja suhdetoimintakirje. (Kuronen 1991, 48–49.) **Muiden tekstien** avulla esitellään toimintaa. Muut tekstit ovat monologinomaisia: niihin ei odoteta vastausta. Muiden tekstien ryhmään kuuluvat talousuutinen, taloutta käsittelevä artikkeli ja raportti (Kuronen 1991, 48).

Erikoista on, että raporttia ei aina nimitetä raportiksi: puhutaan esim. tilannekatsauksesta (Konttinen 1981, 254), vuosikertomuksesta (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2009, 276) sekä tuloslaskelmasta ja taseesta (Jyrkkiö & Riistama 2000, 262; Lahti & Salminen 2008, 150). Erikoista on myös se, että raporteiksi ei luokitella pöytäkirjaa ja muistiota, vaikka nämä ovat tietoa välittäviä ja selostavia tekstejä ja sopivat sen vuoksi raportti-nimityksen alle (Konttinen 1981, 254–255) Esim. käsikirjoissa muistiota luonnehditaan erilliseksi tekstilajiksi, ei raporttityypiksi (Mikkola, Koskela, Haapamäki-Niemi, Julin, Kauppinen, Nuolijärvi & Valkonen 2003, 181; Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 248).

Raportti välittää lukijalle uutta tietoa ja kirjoittajan henkilökohtaisen käsityksen raportoinnin kohteesta (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 278). Esim. Kirkon Ulkomaanavun tiedottajan matkaraportti sisältäneen havaintoja alkuperäiskansojen ihmisoikeustilanteesta Guatemalassa, jonne ohjataan osa vuoden 2014 Yhteisvastuukeräyksen tuotosta (Seppälä 2014, 3, 9). Laskentatoimen raportit paljastavat toteutuneet tuotot ja kustannukset ja niiden perustana olevat lukumääriä ilmaisevat luvut (Jyrkkiö & Riistama 2000, 261).

Talousviestinnän tekstilajeista raportti on ehkä muuntuvim: sen muoto, laajuus ja sisältö vaihtelevat viestintätilanteen mukaan enemmän kuin toisten tekstilajien. Esim. vuosikertomus voi olla multimediateos tai painettu raportti. Kausiraportiksi luokiteltu vuosikertomus voi olla 40-sivuinen (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 45, 276, 278), mutta tulosbudjetin tarkkailuraportti tai kustannuspaikkaraportti vain yksisivuinen (Jyrkkiö & Riistama 2000, 124, 241).



Tavallisesti raportti sisältää tekstikokonaisuuden, mutta esim. McDonald's Oy:ssä laaditaan raportteja, jotka sisältävät vain tunnuslukuja. Päiväraporttiin, joka on ilmeisesti kassaraportti, ravintolapäällikkö kirjaa mm. pankkiin menevät rahamäärät. Myyntiraporttiin hän merkitsee myyntiin liittyviä lukuja ja stat-raporttiin esim. ham-purilaisiin käytettyjen juustosiivujen määrän ja perunoiden kulutuksen. Ravintolapäällikkö lähettää päiväraportin päivittäin pääkonttorin kirjanpito-osastolle. Myyntiraportin hän lähettää päivittäin kenttäpäälliköille, jotka raportoivat myynnistä kerran kuukaudessa. Stat-raportin hän lähettää viikoittain kenttäpäälliköille. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 278–279.)

## 4 RAPORTOINTI

### 4.1 Kirjallista ja suullista

Jämsän seurakunnassakin talousinformaatiota jaetaan erilaisten raporttien välityksellä (Partanen 2007, 20). Taloustoimisto lähettää kuukausittain kirjallisen raportin kirkkoherralle ja kaikille työalajohtajille (Leppänen 2014). Talousinformaatiota välitetään myös erilaisissa vuorovaikutustilanteissa (Partanen 2007, 21). Esim. kirkkovaltuuston jäsenet saavat suullista tietoa kokouksessa.

Seurakunnissa laaditaan toteumavertailuja eli tulosbudjetin tarkkailuraportteja (Hell 2014b), kustannuspaikkaraportteja, tuloslaskelmia ja taseita. Ne ovat määrämuotoisia. Kirjanpitoasetus (30.12.1997/1339, 1) nimittäin velvoittaa laatimaan tuloslaskelman ja taseen kaavan mukaisesti. Vertailun helpottamiseksi budjetti ja tulosbudjetin tarkkailuraportti laaditaan samaan muotoon kuin tuloslaskelma. Kustannusten ryhmittely – oikeastaan kustannuslajitaulukko – vaikuttaa siihen, missä järjestyksessä kustannukset kustannuspaikkaraportissa esitetään. (Jyrkkiö & Riistama 2000, 75,89, 121, 241).

Tulosbudjetin tarkkailuraportit ovat laskentatoimen tärkeimpiä raportteja. Ne tehdään operatiiviselle johdolle (Jyrkkiö & Riistama 2000, 261), jota Jämsän seurakun-

nassa nimitetään esimiestiimiksi (Leppänen 2014). Kustannuspaikkaraportteja tarvitsevat kustannuspaikkavastaavat, joita on mm. Suomen evankelis-luterilaisen kirkon seurakunnissa (Päätöspöytäkirja 9/2012) ja Suomen ortodoksisen kirkon seurakunnissa (Kirkollishallituksen päätöksiä 10.1.2013). Jämsän seurakunnassa kustannuspaikkavastaavia ovat työalajohtajat, mm. varhaiskasvatuksen työalajohtaja, rippikoulutyön työalajohtaja, nuorisotyön työalajohtaja ja diakoniatyön työalajohtaja. Jokainen työalajohtaja seuraa jatkuvasti, pysyykö oma työala – esim. jumalanpalveluselämä, lähetystyö tai musiikkityö – budjetissa. (Leppänen 2014.) Tuloslaskelmaan ja taaseeseen tutustuvat mm. kirkkovaltuuston jäsenet.

## 4.2 Tarkkailu- ja kustannuspaikkaraportti

Tulosbudjetin tarkkailuraportin laatiminen edellyttää tulosbudjetin olemassaoloa. Budjetti on suunnitelma organisaation tulojen hankinnasta ja rahankäytöstä tulevana vuotena. Budjetti sisältää siis toiminnan taloudelliset tavoitteet euroina. Budjettia tarvitaan tuottojen ja kustannusten tarkkailuun: budjetin sisältämään tavoitemyyn-tiin verrataan todellista myynnin määrää jne. Budjettia tarvitaan myös toiminnan koordinointiin eli toimintojen yhteen sovittamiseen. Budjettia laadittaessa asetetaan tavoitteeksi esim. valmistusmäärä, joka on sopusoinnussa aineksien ostomäärän kanssa, ja myyntimäärä, joka on sopusoinnussa ennakoidun valmistusmäärän kanssa. (Jyrkkiö & Riistama 2000, 226–228, 235.)

Budjettitarkkailusta ja raportoinnista vastaa esim. talouspäällikkö. Budjettitarkkailulla selvitetään, kuinka paljon budjetista on poikettu. Tulosbudjetin tarkkailuraportissa on mm. kyseisen neljänneksen – esim. toisen neljänneksen – budjetoitu kauden tulos, toteutunut tulos ja näiden ero euroina. Raportissa on myös kumulatiiviset eli kasautuvat luvut vuoden alusta, esim. tammikuun alusta kesäkuun loppuun mennessä kertynyt tulos euroina. Poikkeamat erotetaan selvästi muusta lukuaineistosta, jotta lukija kohdistaa huomionsa tarkkailuraportin olennaisiin tietoihin. (Jyrkkiö & Riistama 2000, 240–242, 264.) Tulosbudjetin tarkkailuraportin katkelma on taulukossa 1.

**Taulukko 1. Katkelma budjettitarkkailuraportista (Jyrkkiö & Riistama 2000, 241)****BUDJETTITARKKAILURAPORTTI II NELJÄNNES 2014 METALLI OY**

MUTTERITEHDAS

	II neljännes			Vuoden alusta		
	Budjetti M€ %	Toteutunut M€ %	Ero M€	Budjetti M€ %	Toteutunut M€ %	Ero M€
1 myynti	35,0	33,7	1,3	55,0	56,3	- 1,3
2 sisäinen myynti	2,7	2,8	- 0,1	6,3	6,2	0,1
3 - myynnin oikaisuerät	-1,0	-1,0	0,0	-1,5	-1,7	0,2
<b>4 NETTOMYYNTI</b>	<b>36,7</b>	<b>35,5</b>	<b>1,2</b>	<b>59,8</b>	<b>60,8</b>	- <b>1,0</b>
5 - valm.var. ja ket al	-18,3	-16,9	- 1,4	15,5	-15,5	

Ennen kustannuspaikkaraportin laatimista on laskettava kustannukset, joita aiheuttavat työsuoritukset, ainekset ja tuotantovälineet. Kustannuslaskennan ensimmäisessä vaiheessa, kustannuslajilaskennassa, selvitetään organisaation kokonaiskustannukset lajeittain. Toisessa vaiheessa, kustannuspaikkalaskennassa, välilliset kustannukset kohdistetaan eli jaetaan eri kustannuspaikoille. Kustannuspaikka voi olla toimipaikka (Helsingin tavaratalo), osasto (vaateosasto) tai toiminto (hallinto). (Jyrkkiö & Riistama 2000, 62, 82, 89–90.) Jämsän seurakunnan kustannuspaikkoja ovat toiminnot eli hallinto, seurakunnallinen työ, yhteiset seurakunnalliset työt, hautaus toimi ja kiinteistötoimi sekä näiden alatoiminnot, kuten taloushallinto (Hell 2014a). (Katso taulukko 2.) Kohdistamisen ansiosta saadaan tietää, mikä on osaston tai toiminnon osuus välillisistä kustannuksista eli yleiskustannuksista, vaikkapa rakennuksen korjauksista. Kustannuspaikkalaskenta perustuu kirjanpidon tositteisiin. (Jyrkkiö & Riistama 2000, 121, 123–124.)

Kustannuspaikkaraportti laaditaan kannattavuuden ja taloudellisuuden tarkkailua varten. Kustannuspaikkaraportti sisältää kustannuspaikan toteutuneet kustannukset euroina, budjetoidut kustannukset euroina ja näiden eron. Raportin oleellista sisältöä ovat välilliset kustannukset eli yleiskustannukset, sillä niiden määrään kustannuspai-

kan esimies voi toiminnallaan vaikuttaa. (Jyrkkiö & Riistama 2000, 123–124.) Esimies voi esim. vähentää ylitöitä ja odotusaikoja ja samalla niistä aiheutuvia kustannuksia. Taulukossa 3 on esimerkki kustannuspaikkaraportista.

## Taulukko 2. Katkelma Jämsän seurakunnan kustannuspaikkaluettelosta

Kustannuspaikka	Nimi
002120	Musiikkitoiminta
002131	Päiväkerhotyö
002132	Pyhäkoulutyö
002133	Varhaisnuorisotyö
002135	Rippikoulutyö
002136	Nuorisotyö
002137	Erityisnuorisotyö

## Taulukko 3. Kustannuspaikkaraportti (Jyrkkiö & Riistama 2000, 124)

Kustannuspaikkaraportti		1.10.–30.12.2013		
Osto-osasto				
Vastaa: Markku Tuominen				
	Toteutunut	Budjetoitu	Ero	
Kuukausipalkat	13 800	13 350	-450	
Henkilösivukustannukset	8 280	8 140	-140	
Konttoritarvikkeet	895	950	+55	
Matkat	2 133	1 600	-533	
Edustus	765	900	+135	
Muut välilliset kustannukset	4 330	5 000	+670	
	30 203	29 940	-263	
Jakelu:				
Hallintojohtaja				
Osastopäällikkö				
Budjettipäällikkö				

### 4.3 Seurakunnan tuloslaskelma

Seurakunnan tuloslaskelma kertoo, kattavatko tuotot toiminnasta aiheutuneet kulut. Tuloslaskelma kertoo tilikauden ylijäämän tai alijäämän ja sen, miten se on syntynyt. Tuloslaskelmassa on ensimmäisenä toimintatuotot, mm. myyntituotot pitopalvelun myynnistä ja maksutuotot esim. hautaustoimen maksujen perimisestä. (Seurakunnan ja seurakuntayhtymän tuloslaskelma 2009, 3, 5, 17.)

Seurakunnan kululajipohjaisessa tuloslaskelmassa tuotoista vähennetään kuluja tietyssä järjestyksessä. Ensin tuotoista vähennetään toimintakulut, esim. palkat ja pesulapalveluiden ostosta syntyneet kulut. Toiseksi otetaan huomioon verotulot ja verotuskulut, maksut Kirkon keskusrahastolle ja Kirkon keskusrahastolta saadut avustukset sekä rahoitustuotot ja -kulut, kuten saadut korot ja maksetut korot. Kolmanneksi otetaan huomioon poistot ja arvonalentumiset, satunnaiset tuotot ja kulut sekä rahastot, joiden kirjanpito hoidetaan erilliskirjanpitona. (Seurakunnan ja seurakuntayhtymän tuloslaskelma 2009, 7–14.)

**Toimintakate** on toimintatuottojen ja toimintakulujen erotus. Se paljastaa, minkä verran kuluja pitää kattaa verotuloilla, keskusrahaston toiminta-avustuksilla ja rahoitustuotoilla. **Vuosikate** on säännönmukaisen toiminnan tuottojen (toimintatuottojen, verotulojen, toiminta-avustusten ja rahoitustuottojen) ja kulujen (toimintakulujen, verotuskulujen, keskusrahastomaksujen ja rahoituskulujen) erotus. Vuosikate paljastaa, paljonko rahaa seurakunta voi käyttää investointeihin, lainanlyhennyksiin ja/tai rahoitusaseman vahvistamiseen. (Seurakunnan ja seurakuntayhtymän tuloslaskelma 2009, 9, 12, 17).

**Tilikauden tulosta** laskettaessa otetaan huomioon myös satunnaiset tuotot ja kulut ym. Tilikauden tulos on tilikaudelle kuuluvien tuottojen ja kulujen erotus. **Tilikauden ylijäämä tai alijäämä** kertoo, mitä jää jäljelle, kun tulosta on järjestetty esim. tekemällä vapaaehtoinen varaus. Ylijäämä voidaan siirtää taseen tilille tilikauden ylijäämä. (Seurakunnan ja seurakuntayhtymän tuloslaskelma 2009, 14, 16–17.) Lehtitiedon mukaan Jämsän seurakunnan vuoden 2013 tuloslaskelmassa on ylijäämää 194 000 euroa (Järvi 2014, 6), mutta talousjohtajan lähettämässä tuloslaskelmassa ylijäämän

määrä on noin 181 000 euroa. Tuloslaskelma on viisisivuinen raportti. Sen rakennetta havainnollistetaan taulukossa neljä.

#### Taulukko 4. Jämsän seurakunnan tuloslaskelman pelkistetty rakenne

	Toteutuma 2014	Toteutuma 2013
<b>TOIMINTATUOTOT</b>		
Korvaukset	x	x
Myyntituotot		x
Maksutuotot	x	x
Vuokratuotot	x	x
Metsätalouden tuotot		x
Kolehdit ja muut keräystuotot	x	x
Tuet ja avustukset	x	x
Muut toimintatuotot	x	x
<b>TOIMINTATUOTOT</b>	<b>132 147,34</b>	<b>x</b>
<b>TOIMINTAKULUT</b>		
Henkilöstökulut	x	x
Palvelujen ostot	x	x
Vuokrat	x	x
Aineet, tarvikkeet ja tavarat	x	x
Annetut avustukset	x	x
Muut toimintakulut	x	x
<b>TOIMINTAKULUT</b>	<b>-1 139 829,50</b>	<b>x</b>
Verotulot	x	x
Verotuskulut	x	x
Keskusrahastomaksut	x	x
Rahoitustuotot ja -kulut	x	x
<b>VUOSIKATE</b>	<b>180 625,13</b>	<b>x</b>
Poistot ja arvonalentumiset		x
Satunnaiset tuotot ja kulut		x
<b>TILIKAUDEN TULOS</b>	<b>180 625,13</b>	<b>x</b>
Poistoeron vähennys		x
<b>TILIKAUDEN YLIJÄÄMÄ</b>	<b>180 625,13</b>	<b>x</b>

#### Tuloslaskelman erityispiirteet

Seurakunnan tuloslaskelma on erilainen kuin yrityksen tuloslaskelma. Seurakunnan tuloslaskelmassa tuotot ja kulut ryhmitellään tarkemmin kuin yrityksen tuloslaskelmassa. Seurakunnan tuloslaskelmassa esim. vuokratuotot muodostavat oman tuotto-lajinsa eli ryhmänsä, samoin tuet ja avustukset (ks. Seurakunnan ja seurakuntayhtymän tuloslaskelma 2009, 17). Sen sijaan yrityksen tuloslaskelmassa vuokratulot ja avustukset laitetaan samaan ryhmään eli liiketoiminnan muihin tuottoihin (Salmi 2012, 51). Seurakunnan tuloslaskelmassa vuokrat ovat oma kululajinsa (ks. Seurakunnan ja seurakuntayhtymän tuloslaskelma 2009, 17), mutta yrityksen tuloslaskelmassa vuokrat sisältyvät liiketoiminnan muihin kuluihin (Salmi 2012, 54).

Poistot ovat seurakunnan tuloslaskelmassa paljon alempana kuin yrityksen tuloslaskelmassa. Seurakunta ei pidä poistoja toimintakuluina eikä säännönmukaisen toiminnan kuluina, mutta tilikaudelle kuuluvina kuluina kuitenkin. Yrityksen tuloslaskelmassa poistot ovat jo kolmas kuluryhmä ja ne edustavat liiketoiminnan kuluja (ks. Salmi 2012, 49).

Seurakunnan tuloslaskelmassa käytetään ilmauksia *toimintatuotot*, *toimintakulut*, *toimintakate* ja *vuosikate*. Sen sijaan yrityksen tuloslaskelmassa käytetään sanoja *liiketoiminnan tuotot*, *liiketoiminnan kulut*, *liikevoitto* ja *voitto ennen satunnaisia eriiä*. Tulosta nimitetään seurakunnan tuloslaskelmassa *ylijäämäksi* tai *alijäämäksi*, mutta yrityksen tuloslaskelmassa *voitoksi* tai *tappioksi*.

#### **4.4 Seurakunnan tase**

Taseesta näkee organisaation omaisuuden ja sen, millä omaisuus on rahoitettu. Taseeseen merkittyy omaisuuteen pitää liittyä tulo-odotuksia eli omaisuudesta pitää olla hyötyä tulevaisuudessa. Omaisuus merkitään taseeseen tiettyyn järjestykseen. Ensinnä luetellaan omaisuus, joka on pitkäaikaista ja hitaasti rahaksi muutettavaa, esim. maa-alueet, rakennukset ja koneet. Sitten luetellaan omaisuus, joka on lyhytaikaista ja nopeasti rahaksi muutettavaa, esim. raaka-aineet ja rahat. Pitkäaikaista omaisuutta nimitetään taseessa vastaavaksi. (Salmi 2012, 35–37, 40.)

Omaisuus on rahoitettu omalla tai vieraalla pääomalla. Pääomat merkitään taseeseen niin, että ensin luetellaan oma pääoma, esim. edellisten tilikausien voitto, ja sitten vieras pääoma, esim. pankkilainat. Pääomia nimitetään taseessa vastattaviksi. (Salmi 2012, 39–40.)

Yrityksen tase ja seurakunnan tase ovat samantapaisia. Seurakunnan taseessa on kuitenkin muutamia sellaisia tase-eriä, joita ei esiinny yrityksen taseessa: hautaus-toimen aineettomat hyödykkeet, hautaus-toimen aineelliset hyödykkeet, toimeksianto- toimen varat ja toimeksiantojen pääomat. Hautaus-toimen aineeton hyödyke voi olla esim. käyttöoikeus atk-ohjelmistoon tai tunnuksettomaan hauta-alueeseen, jota toi- nen seurakunta ylläpitää. Hautaus-toimen aineellinen hyödyke on esim. hautausmaan maapohja, ruumishuone tai jokin kone. Toimeksiantojen varoilla tarkoitetaan lahjoi- tuksena saatua omaisuutta, johon liittyy antajan toive tai käyttöehto. Käyttöehtona pidetään lahjoituksen osoittamista tietylle paikallisseurakunnalle – ei koko seurakun- tayhtymälle. Toimeksiantojen varoilla tarkoitetaan myös kolehteja, jotka välitetään eteenpäin. Toimeksiantojen pääomat ovat varoja, jotka on saatu määrättyjen tehtä- vien hoitamista varten. (Seurakunnan ja seurakuntayhtymän tase n.d., 5–6, 9, 17.) Seurakunnan taseen pelkistetty rakenne ilmenee taulukosta 5.

#### Taulukko 5. Jämsän seurakunnan taseen pelkistetty rakenne

<b>VASTAAVAA</b>		<b>VASTATTAVAA</b>	
Pysyvät vastaavat	8 131 078,02	Oma pääoma	10 622 147,21
Toimeksiantojen varat	694 370,03	Poistoero ja vapaa- ehtoiset varaukset	242 105, 30
Vaihtuvat vastaavat	3 519 516,88	Toimeksiantojen pääomat	736 892,38
		Vieras pääoma	744 022,24
<b>VASTAAVAA</b>	<b>12 344 964, 93</b>	<b>VASTATTAVAA</b>	<b>12 345 167,13</b>



## 4.5 Raportin laatiminen

Raporttia laadittaessa kiinnitetään huomiota ennen kaikkea raportin ajoitukseen, sisältöön ja luettavuuteen. Tavoitteena on saada raportti valmiiksi esim. kahden viikon kuluessa raportointijakson päättymisestä lukien. Raportointijakson pituus riippuu raporttityypistä. Budjetintarkkailuraportti ja kustannuspaikkaraportti laaditaan yleensä kolmen kuukauden välein, siis neljännesvuosittain (Jyrkkiö & Riistama 2000, 124, 241, 262, 264–265). Jämsän seurakunnassa budjetintarkkailuraportti tehdään kuukausittain. Myyntiraportti tehdään kuukausittain ja kassaraportti päivittäin (Jyrkkiö & Riistama 2000, 264; Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 279).

Sisältö valitaan niin, että se on sopusoinnussa vastaanottajan tiedon tarpeen kanssa. Toimitusjohtajalle ovat tärkeitä rahaa koskevat luvut, mutta työnjohtajalle paljoutta koskevat luvut, esim. työtuntien määrä ja aineskäytön määrä. (Jyrkkiö & Riistama 2000, 262–263.) Sisältöä muokataan hieman kohderyhmän mukaan. Esim. myyntiyksiköille tarkoitettu raportti saa olla pelkistetympi kuin johtoryhmälle tarkoitettu raportti. (Partanen 2007, 48.) Raporttiin sopii aihepiirijärjestys, joka tarkoittaa kokonaisuuden tarkastelua osa kerrallaan ja etenemistä tärkeimmästä asiasta vähemmän tärkeisiin (Mikkola ym. 2003, 166, 184).

Kirjanpidossa ja kustannuslaskennassa kustannukset nimetään tarkasti: korjauspalkat, vieraiden suorittamat korjaukset, korjaustarvikkeet jne. Kustannuspaikkaraportissa kustannukset eritellään kuitenkin epätarkemmin kuin kustannuslaskennassa. Niinpä kustannuspaikkaraportissa kustannuksia niputetaan eli mainitaan vain pääkustannuslaji *korjauskustannukset* – ei alalajeja *korjauspalkat*, *vieraiden suorittamat korjaukset ja korjaustarvikkeet*. Pääkustannuslajin mainitseminen riittää, kun kyse on kokeilutöiden, epäonnistuneiden töiden ja koneiden siirron aiheuttamista kustannuksista tai apukustannuspaikkojen veloituksista. (Jyrkkiö & Riistama 2000, 89, 122.)

Materiaalin karsinta ja keskittyminen vain muutama asiaan helpottavat viestin omaksumista. Niinpä esim. kuukausiraportin kommenttiosuudessa controller keskittyy enintään kolmeen asiaan, jotka antavat lukijalle käsityksen kuukauden kokonaistilanteesta. Controller myös kommentoi vaihtelevasti, sillä lukijat turtuvat samansisäl-

töisiin ja samantapaisesti muotoiltuihin viesteihin. (Partanen 2007, 31, 48.) Organisaatio luonnehtii tuloslukuja johdonmukaisesti. Toisin sanoen yhteisö päättää, millä perusteella se nimittää esim. tulosta erinomaiseksi, hyväksi tai tyydyttäväksi ja muutoista suureksi tai vähäiseksi. (Roine 2001, 79.)

Jos raportissa on vähintään kuusi sivua, siinä on kansilehti ja sisällysluettelo (Husu ym. 2000, 144). Kanteen merkitään välttämättömiä tietoja (Konttinen 1981, 346): raportin laatija, laatimisajankohta, ajanjakso, jota raportti koskee, ja jakelu (Jyrkkiö & Riistama 2000, 264). Kansilehden riville kolme merkitään laatijayhteisön nimi, esim. Oy Suomen Puu Ab, ja riville kuusi laatijan nimi (Konttinen 1981, 346; Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 113). Riville kuusi merkitään myös laatimisajankohdasta (Konttinen 1981, 346). Lisäksi kansilehdelle kirjoitetaan raportin pääotsikko ja ajanjakso, esim. **Tilannekatsaus**, 1.1.–31.3.2014 (Konttinen 1981, 346; Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 113). Kansilehden alaosaan merkitään jakelu. (Konttinen 1981, 346.) Sisällysluettelon ja koko raportin otsikkoporrastus saa olla enintään kolmitasoinen: pääluku 3, alaluku 3.1 ja alaluvun alaluku 3.1.1. (Konttinen 1981, 257; Husu ym. 2000, 401.) Nykyään kaikki otsikot kirjoitetaan pienaakkosin. Pääotsikot lihavoidaan. (Liukko & Perttula 2013.)

Raportti on helppo lukea, jos koko raportti, sarakkeet ja rivit on otsikoitu selvästi ja käytetyt mittayksiköt ilmaistu selvästi (Jyrkkiö & Riistama 2000, 264). Raportissa käytetään vastaanottajalle tuttua rahayksikköä sekä vastaanottajan äidinkieltä (Roine 2001, 84). Laskentatermien käyttöä kaihdetaan (Jyrkkiö & Riistama 2000, 263), samoin lyhenteiden käyttöä (Roine 2001, 84). Esim. tulosbudjetin tarkkailuraportista jätetään pois lyhenteet *valm.var.*, *ket al.* ja *ket lop.*, jotka tarkoittavat valmisvarastoa (Budjetointi. Budjetit. Osabudjetit n.d.), keskeneräistä tuotantoa laskentakauden alussa ja keskeneräistä tuotantoa laskentakauden lopussa (Jyrkkiö & Riistama 2000, 141). Lyhenteet korvataan kokonaisilla sanoilla.

Raportin sanomaa havainnollistetaan graafeilla eli kuvioilla. Esim. pinta-alakuvio visuaalistaa jonkin suoritteen kustannusrakenteen ja käyrä myynnin kehityksen. Budjetintarkkailuraporttiin sopivat histogrammit, jotka ovat toisissaan kiinni olevia pylväitä. Havainnollistaa voi myös väreillä. (Jyrkkiö & Riistama 2000, 264, 266.)

Muutostarpeesta voi viestiä hätkähdyttävästi. Eräs yritys halusi muuttaa ostotoimintaansa, koska ostotoimintaansa tehostamalla se säästäisi miljardi dollaria viidessä vuodessa. Jotta henkilöstö ymmärtäisi muutoksen tarpeellisuuden, toimitusjohtaja järjesti kiertävän työhansikasnäyttelyn. Esillä oli 424 erilaista hansikasparia. Jokaiseen hansikaspariin oli merkitty, mikä yksikkö niitä käytti, miltä tavarantoimittajalta ne oli ostettu ja millä hinnalla. Hansikasparin hinta vaihteli viidestä dollarista seitsemääntoista dollariin yrityksen standardoimattoman ostotoiminnan vuoksi, joten mm. hansikkaat aiheuttivat ylimääräisiä kustannuksia. Hansikkaiden paljous havahdutti henkilöstön huomaamaan muutostarpeen paremmin kuin esim. muistio tai raportti. (Partanen 2007, 307–308.)

Muutoksesta viestitään yleensä liian vähän. Niinpä henkilöstö ei saa haluamiaan tietoja esimiehiltään ja huhuja liikkuu. Muutosviestinnässä selkiytetään kokonaisuus, tulevaisuudennäkymä. On hyvä mainita perusteet, joiden nojalla hylättyä vaihtoehtoa on tuettu ja vastustettu, sillä perusteiden esittäminen helpottaa kokonaiskuvan luomista ja saattaa vähentää muutosvastarintaa. Muutosviestinnässä esitetään muutosaikataulu ja kannustetaan toimimaan uudella tavalla. Esim. välituloksista eli muutoksen myönteisistä vaikutuksista kertominen innostaa henkilöstöä käyttämään edelleen uutta toimintatapaa. Ydinviestiä kerrataan, jotta sanoma omaksuttaisiin. (Partanen 2007, 318–319, 323.)

## **5 TALOUSTIEDON KÄSITTELY**

### **5.1 Talouslukutaito**

Kuten luvussa 3.1 todettiin, talousviestintä tukee päätöksentekoa. Se nimittäin osoittaa usein parhaan ratkaisun, toimii perusteluna ja saa näkemään päätöksen taloudelliset vaikutukset. (Partanen 2007, 34–35, 410.) Kirkkovaltuuston jäsenet päättävät

seurakunnan toiminnan ja talouden päälinjoista, kirkollisveron määrästä, rakennushankkeista ja virkojen perustamisesta. Päätöksentekotilanteessa taloustietoa luetaan, kuullaan, yksinkertaistetaan ja ymmärretään. Niinpä seuraavat alaluvut käsittelevät talouslukutaitoa, tiedostamattomia yksinkertaistusprosesseja, tekstin ja puheen ymmärtämistä sekä ymmärrettävän tekstin ja puheen ominaisuuksia.

Talouslukutaito on kykyä lukea ja ymmärtää taloudellista tietoa. Henkilö, jolla on hyvä talouslukutaito, ymmärtää, mitä tarkoitetaan vaikkapa korkotasolla ja riskin hajuttamisella. Suomalaisten talouslukutaitoa tutkitaan parhaillaan Vaasan yliopistossa. Tutkimusryhmää johtaa taloustieteen professori Panu Kalmi. Ensimmäiset tutkimustulokset kerrotaan keväällä 2014. (Laakso 2013, 22–23.) Yhden lehtitiedon mukaan tutkimuksessa syvennyttään suomalaisten taloudellisen lukutaidon mittaamiseen (Västilä 2013, 20). Toisen lehtitiedon mukaan tutkimuksella selvitetään, millaista on suomalaisten aikuisten talousosaaminen ja miten talousosaaminen kytkeytyy taloudelliseen käyttäytymiseen (Laakso 2013, 23). Nähtäväksi jää, valaiseeko tutkimus lukijan ominaisuuksia, etenkin lukutaitoa.

OP-Pohjola-ryhmä teetättää jo neljättä Talouslukutaito-tutkimusta. Helmikuussa 2014 suomalaisten talouslukutaitoa selvitti mm. neljä tradenomiopiskelijää Jyväskylän ammattikorkeakoulusta. (Unelmat ja talouslukutaito yhdisti Keski-Suomen Osuuspankin ja JAMKin taloushallinnon opiskelijat 2014.)

Kolmannen Talouslukutaito-tutkimuksen tulokset julkaistiin toukokuussa 2013. Tutkimuksen teki TNS Gallup OP-Pohjola-ryhmän pyynnöstä. TNS Gallupin esittämiin kysymyksiin vastasi 1 017 suomalaista, jotka olivat 18–69-vuotiaita. (OP-Pohjolan kysely: Eläkepäivien toimeentuloon varauduttava myös itse 2013.) Vastaajista melkein kolmannes (28 %) pitää talousuutisointia vaikeaselkoisena. Kaikista vastaajista yli puolet (59 %) seuraa talousuutisia vähintään viikoittain. (Västilä 2013, 20.) Nuorista vastaajista 20 % seuraa talousasioita päivittäin, 25 % viikoittain, 34 % kuukausittain ja 21 % ei lainkaan (Talouden seuranta/eri ikäryhmät 2013). Keskimäärin kymmenestä nuoresta kaksi siis seuraa päivittäin, kolme viikoittain, kolme kuukausittain ja kaksi ei lainkaan. Nuoriksi luokiteltiin 18–28-vuotiaat vastaajat (OP-Pohjolan kysely: Eläkepäivien toimeentuloon varauduttava myös itse 2013).

Aikaisempien Talouslukutaito-tutkimusten tuloksiin verrattuna talouslukutaito on heikentynyt, talousasioiden ymmärtäminen hankaloitunut ja talousasioiden seuraaminen vähentynyt. (OP-Pohjolan kysely: Eläkepäivien toimeentuloon varauduttava myös itse 2013.) Ekonomisti Maarit Lindström selittää vuoden 2013 tutkimustulosta maailman monimutkaistumisella. Koska maailma on monimutkaistunut, talousasioiden määrä on kasvanut, asiayhteydet ovat vaikeampia ymmärtää (Västilä 2013, 19) ja talousasioiden seuraamisesta on tullut työläämpää. Työläys vähentää intoa seurata talousasioita. (OP-Pohjolan kysely: Eläkepäivien toimeentuloon varauduttava myös itse 2013.)

## 5.2 Yksinkertaistus

### Ensimmäiseen tietoon tukeutuminen

Päätöksentekijä käsittelee saamaansa tietoa itselleen ominaisilla tavoilla. Usein hän käyttää tiedostamattaan kognitiivisia (tiedollisia) yksinkertaistusprosesseja, kuten omaksuttuun näkemykseen ankkuroitumista, päättelyä analogioiden perusteella, arvostetun vaihtoehdon ongelmattomuutta ja yksityiskohtien hallitsevuutta. Yksinkertaistusprosessien ansiosta päätöksentekijä voi välttää tiedolla ylikuormittumisen ja helpottaa päätöksentekoa, mutta niiden vuoksi päätöksenteko harhautuu. (Partanen 2007, 144–145, 148, 150.)

Omaksuttuun näkemykseen ankkuroituminen tarkoittaa sitä, että päätöksentekijä muodostaa käsityksen vaikkapa ongelmasta ensimmäisen, epätäydellisen tiedon perusteella. Lisäinformaatio ei juuri muuta hänen käsitystään, sillä päätöksentekijä ajattelee uuden tiedon poikkeavan vanhasta tiedosta vain vähän, vaikka lisätiedon pitäisi muuttaa hänen käsitystään merkittävästi. (Partanen 2007, 146.)

Controller voi vähentää omaksuttuun näkemykseen ankkuroitumista ehdottamalla luovaa taukoa ja siirtämällä sitten päätöksentekijöiden huomion ongelmasta mahdollisuuksiin tai johonkin yksityiskohtaan. Controller voi ehkäistä omaksuttuun näkemykseen ankkuroitumista käyttämällä Edward de Bonon kuuden ajatteluhatun menetelmää, joka varmistaa sen, että käsiteltävää asiaa tarkastellaan kuudesta eri nä-

kökulmasta. (Partanen 2007, 152–153.) Valkoisen hatun valinnut tai saanut päätöksentekijä pyrkii puolueettomuuteen ja keskittyy tosiasioihin. Punaisen hatun käyttäjä tarkastelee asiaa tunteiden ja arvostusten kannalta ja mustan hatun käyttäjä ongelmien ja riskien kannalta. Keltahattuinen pohtii mahdollisuuksia ja vihreähattuinen tavoittelee luovuutta ja uusia ajatuksia ja ajattelutapoja. Sinisen hatun haltija ohjaa keskustelua ja tekee yhteenvetoja ja johtopäätöksiä. (Partanen 2007, 152–153; Edward de Bono: ”Six Thinking Hats” eli ”hattutekniikka” n.d.)

### **Samankaltaisuuden tukeutuminen**

Päätely analogioiden perusteella on kyseessä, kun päätöksentekijä soveltaa yksinkertaiseen ongelmatilanteeseen sopivaa ratkaisua monimutkaiseen ongelmatilanteeseen. Päätöksentekijä esim. haluaa toteuttaa koko konsernissa kustannussäästöohjelman, joka on toteutettu onnistuneesti yhdessä tulosyksikössä. Päätöksentekijä ei tule ajatelleeksi, että kustannussäästöohjelma ei paranna konsernin kilpailukykyä vaan päinvastoin huonontaa sitä, koska tarpeellisia kehittämisinvestointeja ei tehdä. – Uusien näkökulmien tarjoaminen saattaa vähentää päätelyä analogioiden perusteella. (Partanen 2007, 145–147, 156.)

### **Arvostettuun vaihtoehtoon tukeutuminen**

Arvostettujen vaihtoehtojen ongelmattomuus ilmenee siten, että päätöksentekijä ei vertaa yleisesti arvostettua ja suosittua vaihtoehtoa riittävästi muihin vaihtoehtoihin. Päätöksentekotilanteessa hän laistaa arvostettuun vaihtoehtoon liittyvien ongelmien ja riskien järjestelmällisen tarkastelun tai kiistää ongelmat ja riskit. Päätöksentekijä ei tuo esille muiden vaihtoehtojen etuja, mutta korostaa niiden heikkouksia. (Partanen 2007, 148–149.)

Jotta päätöksentekijät punnitsisivat yleisesti arvostettua ja suosittua vaihtoehtoa myös huonojen puolien perusteella, controller voi käyttää jotakin kyseenalaistamisen tekniikkaa, esim. retorinen haaste -tekniikkaa. Tekniikkaa käyttävä controller esittää vastaväitteitä ja perustelee ne hyvin, esim. vetoamalla luotettavaan aineistoon. Väitteen ja vastaväitteen taustaoletusten analysointi voi johtaa ajatusten yhdistelmään, uudenlaiseen ratkaisuun. (Partanen 2007, 153–154.)

### **Yksityiskohtaisuuden tukeutuminen**

Yksityiskohtien hallitsevuus tarkoittaa sitä, että päätöksentekijä pitää yksityiskohtaisesti esitettyjä suunnitelmia toteuttamiskelpoisempina kuin yleispiirteisesti esitettyjä suunnitelmia. Yksityiskohtainen suunnitelma on merkki hyvästä valmistelusta, mutta ei välttämättä muita paremmasta ideasta. (Partanen 2007, 151.)

Jotta päätöksentekijät irtaantuisivat yksityiskohtien lumosta, controller voi turvautua Mika Mannermaan hahmottelemaan ilmaantuvien ilmiöiden analyysiin. Ilmaantuvien ilmiöiden analyysi auttaa huomaamaan ja ottamaan huomioon ilmiöitä, joiden esiintymisen todennäköisyys on pieni mutta vaikutus suuri. Ilmaantuvien ilmiöiden analyysi on tulevaisuuden hahmottamista. (Partanen 2007, 154–155.)

## **5.3 Ymmärtäminen**

### **Tulkintataito**

Luetun ymmärtämistä selittävät esim. transaktioteoria ja interaktioteoria. Molemmat teoriat koskevat vastaanottoa (Sarmavuori 2011b, 123) sekä korostavat tekstin ja lukijan vuorovaikutusta ja lukijan osuutta merkityksen muodostamisessa. Transaktioteorian loi Louise Rosenblatt 1970-luvulla (Sarmavuori 2011a, 90). Hänen mukaansa tekstin voi lukea esteettisesti tai tieteellisesti. Kun lukija lukee esteettisesti, hän kiinnittää huomionsa ajatuksiin ja tunteisiin, joita teksti hänessä synnyttää. (Rosenblatt 1981, 24–25, 45; Sarmavuori 2011a, 90.) Kun lukija lukee tieteellisesti, hän kiinnittää huomionsa siihen, mitä jää jäljelle lukemisen jälkeen, tietoon (Rosenblatt 1981, 23).

Tekstin ymmärtäminen on tulkintaa (Sarmavuori 2011a, 90). Lukija tai arvostelija selvittää, mitä tulkitaan tai mistä ilmaistaan mielipide. Tämä selvitysprosessi ei tapahdu tyhjiössä, vaan sosiaalinen konteksti vaikuttaa selvitysprosessiin. Sosiaalinen konteksti vaikuttaa esim. siihen, mitä oletuksia tehdään, mitä tulkintamenetelmää käytetään ja mitä näkökulmia esitetään. (Rosenblatt 1981, 135.) Teksti on vihje, jota lukija tulkitessaan hyödyntää. Lukija on tulkintaprosessissa aktiivinen, sillä kirjoittajan lisäksi hän rakentaa tekstille merkityksen. (Rosenblatt 1981, 10, 51; Oppiminen. Lue

ja opi 1998.) Lukija myös kytkee mm. aikaisemmat kokemuksensa tekstiin (Rosenblatt 1981, 12; Sarmavuori 2011a, 90).

Tekstin merkitys syntyy tekstin ja lukijan kohtaamisessa, vuorovaikutuksessa. Tekstin merkitys on suhteellinen, siis riippuvainen mm. lukijan taustasta. Sama lukija voi antaa samalle tekstille hieman eri merkityksen eri aikoina ja eri tilanteissa. Eri ihmiset tulkitsevat saman tekstin eri tavalla, mutta esim. tiettyyn kieliyhteisöön kuuluvat tulkitsevat tekstin samantapaisesti. (Oppiminen. Lue ja opi 1998.)

Myös interaktioteoria selittää tekstin ymmärtämistä. Tekstin ymmärtäminen on tekstin ja lukijan välistä vuorovaikutusta eli interaktiota. Tekstin ymmärtämiseen vaikuttavat tekstin ominaisuudet, esim. rakenteet, ja lukijan ominaisuudet, esim. lukemisen taidot. Tekstin ymmärtämiseen vaikuttavat myös lukijan kokemukset ja taustatiedot. Taustatiedot ovat tallentuneet lukijan muistissa oleviin skeemoihin eli tietorakenteisiin, ja ne auttavat tulkitsemaan tekstiä. Ymmärtämistä helpottaa se, että lukijalla on samankaltaisia skeemoja ja taustatietoja kuin kirjoittajalla. (Sarmavuori 2011a, 88, 90–91.)

### **Vuorovaikutustaito**

Puheen ymmärtämiseen vaikuttavat sekä puhujan että kuulijan ominaisuudet, esim. puhujan taito muotoilla sanoma eli ajatuskokonaisuus ja kuulijan taito tulkita sanoma (Andersson & Kylänpää 2002, 10). Toisin sanoen puheen ymmärtämiseen vaikuttaa kummankin osapuolen vuorovaikutusosaaminen.

Kun ollaan tekemisissä toisten ihmisten kanssa, tarvitaan vuorovaikutusosaamista. Vuorovaikutusosaaminen on osaamista, joka liittyy sanallisten ja sanattomien viestien havaitsemiseen, tuottamiseen ja tulkintaan vuorovaikutustilanteissa. Vuorovaikutusosaaminen tarkoittaa puheviestintäosaamista. Se on viestintäosaamisen osa. Viestintäosaaminen koostuu paitsi puheviestintäosaamisesta myös lukemiseen, kirjoittamiseen ja mediaan liittyvästä osaamisesta. (Laajalahti 2014, 19, 27.)

Yleensä vuorovaikutusosaamista arvioidaan sen perusteella, miten hyvin vuorovaikutustilanteen osapuoli onnistuu pyrkimyksissään ja saavuttaa viestintätavoitteensa.



Vuorovaikutusosaamista arvioidaan myös sen perusteella, miten sopivaa ja sosiaalisesti hyväksyttävää vuorovaikutuskäyttäytyminen tilanteessa on. Arviointiperusteena käytetään siis tehokkuutta ja tarkoituksenmukaisuutta, jotka sisältävät ymmärrettävyyden kriteerin. (Laajalahti 2014, 20.)

Vuorovaikutusosaamisen osatekijöitä ovat motivaatio, tieto ja taito. Motivaatio tarkoittaa halua olla vuorovaikutuksessa. Tieto on tietoa tehokkaasta ja tarkoituksenmukaisesta viestinnästä. Taito on taitoa ennakoida, suunnitella, säädellä ja arvioida vuorovaikutusta. Mikrotason taito on esim. taito luoda katsekontakti. Makrotason taitoja ovat esim. taito ottaa toiset huomioon ja synnyttää luotettavuuden ja ystävällisyyden vaikutelma. Vuorovaikutusosaamista voi kehittää. (Laajalahti 2014, 22, 24, 50.)

Puhuja luo läheisyyden tuntua siten, että hän poistaa esteet itsensä ja kuulijoiden väliltä (Andersson & Kylänpää 2002, 18). Puhuja esim. siirtyy pöydän takaa pöydän eteen. Kun puhuja lähestyy kuulijoitaan, hän voimistaa tilanteen vuorovaikutuksellisuutta. Yleensä puhuja voi siirtyä muutaman askeleen lähemmäksi joutumatta liian lähelle eli loukkaamatta kuulijoiden henkilökohtaista tilaa, vyöhykettä. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 61–62.)

Hyvän ilmapiirin puhuja luo myönteisen asenteen, kuulijoiden kunnioittamisen, rehellisyyden ja huumorin avulla (Laajalahti 2014, 144.) Täsmällisyys viestii toisten kunnioittamisesta. Länsimaissa suora katsekontakti on merkki puhujan vuorovaikutushalukkuudesta, rehellisyydestä, suoruudesta ja itsevarmuudesta. Hymy ilmaisee, että pitää toisesta. Mielenkiinnon voi herättää esittämällä kiinnostavan väitteen tai esimerkin tai viittaamalla tuttuun asiaan. (Andersson & Kylänpää 2002, 16–18, 54–55.)

## **5.4 Ymmärrettävä teksti ja puhe**

### **Ymmärrettävän tekstin ominaisuudet**

Mitä ominaisuuksia ymmärrettävällä tekstillä on? Tekstin odotuksenmukaisuus edistää viestin perillemenoä. Lukijalla on tekstilajiin liittyviä odotuksia: hänellä on käsitys siitä, millaisia tekstejä ovat esim. pöytäkirja ja artikkeli. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 35.) Lukija olettaa, että pöytäkirjan alussa kerrotaan kokouksen aika, paikka ja osallistajat (Virtanen 2009, 78). Lukija odottaa artikkelin sisältävän asiantuntijan erittelyä ja pohdiskelua (Mikkola ym. 2003, 206). Jos lukijan tekstilajiin liittyvät odotukset eivät täyty, lukija hämmentyy ja viestin perillemeno voi häiriintyä (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 35). Esim. 8.9.2010 osa Helsingin Sanomien lukijoista hämmentyi, sillä ulkomaantoimittaja Heikki Aittokosken artikkeli alkoi näin: ”Ruotsin kuninkaan nimi on Kaarle Kustaa. Kuningatar eli Kaarle Kustaan vaimo on nimeltään Silvia. He taitavat elää onnellisina elämänsä loppuun asti.” Kyseessä oli lukutaitopäivän juttu (Shore 2014, 42), joka oli kirjoitettu ala-asteikäisten lasten ja heidän vanhempiensa yhteistä lukuhetkeä varten (Tänään vietetään lukutaitopäivää – kuuntele lukutaitopäivän juttu Sinikka Sokan lukemana 2010).

Tekstistä saa ymmärrettävän käyttämällä johdonmukaista jäsentelyä eli asioiden esittämisenjärjestystä. Tekstin ymmärrettävyyttä parantaa myös oleellisten asioiden korostaminen. (Konttinen 1981, 222.) Kirjoittaja voi korostaa jotakin oleellista asiaa siten, että hän esittää sen ensimmäisenä ja suhteuttaa muut asiat siihen (Virtanen 2009, 77). Tällaisen tekstin ajatus selvenee lukijalle nopeasti, koska lukija näkee ydinasian heti ja voi keskittyä siihen. Lyhytkestoinen muisti ja näkökenttä eivät kuormitu esim. varsinaiseen tekstiin sijoitetuilla, aiempia yhteydenottoja koskevilla tiedoilla (Konttinen 1981, 52–53). Ainakin ranskalaiset ja venäläiset suosivat mm. tarjouksissa aloituskappaletta, jossa kerrotaan vastaanottajan aikaisemmasta yhteydenotosta. Suomalaiset ja saksalaiset kyllä suosivat viiteriviä, joka kuuluu kirjeen pääotsikon ja varsinaisen tekstin yläpuolelle ja kertoo tekstiä edeltäneestä kontaktista: Puhelinkeskustelumme 9.2.2014. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 78.)

Tekstin seuraaminen helpottuu, jos kirjoittaja etenee tutusta asiasta uuteen (Mikkola ym. 2003, 176). Niinpä tekstissä käytetään temaattista sanajärjestystä: tekstissä aikaisemmin käsitelty, lukijalle tutuksi tullut asia (teema) sijoitetaan lauseen alkuun ja uusi asia eli se, mitä teemasta sanotaan (reema) lauseen loppuun (Laurinen 1994, 49;

Mikkola ym. 2003, 176). Esim. lauseessa ”Puhelin maksoi 150 euroa” *puhelin* on teema ja *maksoi 150 euroa* on reema (Husu, Tarkoma & Vuorijärvi 2000, 108).

Ymmärrettävä teksti sisältää vakuuttavia perusteluja ja harvoja yksityiskohtia (Konttinen 1981, 222–223). Tekstin ymmärrettävyyttä voi lisätä taustatietojen ja selitysten avulla. Välttämätön outo sana selitetään mieluummin itse tekstissä kuin erillisessä sanastossa. Viittaukset toisaalle tekstiin nimittäin haittaavat lukemista: ne vievät lukijan huomion esim. kirjan lopussa oleviin sananselityksiin kesken lukemisen. (Virtanen 2009, 79, 82).

Selityksiä on esim. Ilari Salmen kirjassa, joka käsittelee tilinpäätöstä yleistajuisesti. Salmi varmistaa tekstin ymmärrettävyyden myös kertomalla oudon laskelman, vaikkapa tuloslaskelman, tehtävän ja käyttötarkoituksen (ks. Salmi 2012, 23, 26, 30). Praksismin mukaan, esim. materialistisen antropologian ja marxilaisen psykologian mukaan, esineet näyttäytyvät käyttötarkoituksensa valossa ja ihminen kiinnittää huomiota enimmäkseen sellaisiin esineisiin, joita hän voi käyttää elannon hankkimiseen ja muuhun toimintaansa. Ihminen hahmottaa esim. vasaran työkaluksi, jolla voi lyödä nauloja. (Alasuutari 2011, 60.) Käytännöllisyyttä korostava näkökulma on kapea, mutta esim. tuloslaskelman käsite ja *tuloslaskelma*-sanan tarkoite on helpompi hahmottaa, kun tietää, että tuloslaskelman tehtävä on kuvata tuloksen muodostumista ja että tuloslaskelmaa tarvitaan organisaation tulevan suorituskyvyn arviointiin. Lisäksi Salmi havainnollistaa tekstiä esimerkein. Tuotto eli tilikaudelle jaksotettu tulo on vaikkapa 2,66 euroa 250 grammasta pikkuleipiä, joiden arvonlisäverollinen myyntihinta on 3,00 euroa. (Ks. Salmi 2012, 26, 30.)

Ymmärrettävän tekstin virkkeet ovat rakenteeltaan helppotajuisia ja lyhyitä. Sanat ovat tuttuja, konkreettisia, täsmällisiä ja neutraaleja (Konttinen 1981, 222–223). Erityisesti heikot lukijat hyötyvät helposta sanastosta, sillä he käyttävät lukiessaan sanapohjaista käsittelytapaa (Virtaluoto & Väyrynen 2000, 104).

Taitavat lukijat hyötyvät koherenssista eli tekstin yhtenäisyydestä, koska he suosivat lukiessaan merkityspohjaista käsittelytapaa (Virtaluoto & Väyrynen 2000, 104). Kirjoittaja saa tekstistä yhtenäisen sidostajien avulla: sidostajat kytkevät irralliset lau-

seet, virkkeet ja tekstin osat toisiinsa (Mikkola ym. 2003, 174–175). Vastakohtat (halpa–kallis) ja vertailu (ennen–nykyään) liittävät tekstin osat toisiinsa. Saman sanan toistaminen luo yhteenkuuluvuutta, samoin samaa tarkoittavan ilmauksen käyttäminen, kuten synonyymien (*köyhä–huono-osainen*), yläkäsitteen (*eines*) ja alakäsitteen (*mikromössö*) käyttäminen. Lisäksi samaan merkityskenttään kuuluvat sanat (*marketti–hylly*) sidostavat tekstiä. Tekstin osia yhdistää viittaus henkilöön tai tilanteeseen, joka on jo mainittu tekstissä. Esim. huono-osaisiin voidaan viitata *he*-pronominilla. Virkkeitä yhdistetään toisiinsa adverbeilla (*lisäksi, silti, näin ollen*) ja konjunktioilla (*ja, mutta*). (Laurinen 1994, 42–44.)

Ymmärrettävässä tekstissä vältetään isoja lukuja (Virtanen 2009, 90). Monet sivistyneet ihmiset ovat nimittäin numerotaidottomia. Matematiikan professori John Allen Paulos määrittelee numerotaidottomuuden kyvyttömyydeksi ymmärtää lukujen ja sattuman peruskäsitteitä. Numerotaidottomille on tyypillistä se, että he eivät tajua suuria lukuja, joita on esim. Yhdysvaltojen budjetissa, aliarvioivat yhteensattumien lukuisuutta ja sekoittavat muita ihmisiä herkemmin korrelaation eli vastaavuussuhteen ja kausaliteetin eli syysuhteen. (Paulos 1988, 12, 19, 21, 41, 158.)

Paulos pitää suurten lukujen tieteellistä merkintätapaa ymmärrettävämpänä kuin tavanomaista merkintätapaa ja suosittelee tieteellistä merkintätapaa mm. sanomalehtiin. Tieteellisessä merkintätavassa yläindeksi kertoo nollien kokonaismäärän. Esim.  $10^4$  tarkoittaa: 1 ja nolliä yhteensä neljä kappaletta eli 10 000. (Paulos 1988, 19–20.) Yleiskielisissä raporteissa suurten lukujen tajuamisongelma ratkaistaan niin, että isot euromäärät ilmaistaan tuhansina euroina tai miljoonina euroina. Esim. eräässä tulosbudjetin tarkkailuraportissa myynnin määrä on 35 M€, ei 35 000 000 € (Jyrkkiö & Riistama 2000, 241). Vuosikertomuksen tuloslaskelma ja tase pyöristetään tavallisesti tuhansiin tai miljooniin euroihin (Salmi 2012, 88). Selkokielisen tekstin laatija käyttää numeroilmauksia hyvin säästeliäästi. Esim. uutiseen laitetaan korkeintaan kaksi lukua, vaikka luvut kiinnostavat osaa sellaisista selkokielen käyttäjistä, joilla on autismin kirjon oireita. Jos suuri luku on tarpeen, sitä pitää havainnollistaa vertaamalla sitä johonkin tuttuun asiaan, kuten Suomen asukaslukuun. (Virtanen 2009, 90.)

## Ymmärrettävän puheen ominaisuudet

Millä tavalla ilmaista ja millaista puhetta on helppo ymmärtää? Kuulijat toivovat, että asiantuntija on innostunut ja käyttää tavallista kieltä. Asiantuntijalta odotetaan näkemyksellisyyttä, rohkeutta ottaa kantaa ja vastausta siihen, miten asia vaikuttaa organisaation tai kuulijoiden elämään (Vainikainen 2010, 46, 85–86, 91.) Matala puhekorkeus ja tumma äänensävy ovat vakuuttavia. Tärkeissä ja vaikeissa kohdissa puhutaan hitaammin kuin muissa kohdissa. (Andersson & Kylänpää 2002, 19–20).

Ymmärrettävä puhe on havainnollista. Ymmärrettävässä puheessa on pyöristettyjä lukuja, vertailua, outojen ilmausten selityksiä ja esimerkkejä (Andersson & Kylänpää 2002, 175, 177) niin kuin ymmärrettävässä tekstissäkin. Puhuja voi havainnollistaa käyttämällä konkreettisia ilmauksia, esittämällä vastakohtia, kielikuvia ja keskimääräisyyksiä, kuten *joka kolmas* (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 57–59).

Havainnollistamiskeino on myös rinnastaminen. Rinnastaminen tarkoittaa samankaltaistamista ja yhtäläistämistä. Esim. Green Peace on rinnastanut maapallon ja ihmisen.

*Maapallo on 4 600 miljoonaa vuotta vanha. Jos tämä käsittämättömän pitkä ajanjakso tiivistetään ymmärrettävämpään mittaan, maapalloa voidaan ajatella 46-vuotiaana ihmisenä. Hänen seitsemästä ensimmäisestä elinvuodestaan ei tiedetä mitään. Ikävuosien 7 ja 42 välisestä ajanjaksosta on vain hyvin vähän hajanaista tietoa. (Andersson & Kylänpää 2002, 177–178.)*

Esitettyjä asioita havainnollistetaan lisäksi ilmeillä, eleillä, äänen voimakkuuden ja puhenopeuden vaihtelulla sekä kuvioilla, esim. piirakkaa muistuttavalla kuviolla (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 60, 65).

## 6 HAASTATTELUTUTKIMUS

### 6.1 Suunnitteluvaihe

Edellisissä luvuissa on tarkasteltu talousviestintää ja sen käsittelyä, esim. ymmärtämistä. Tässä luvussa kerrotaan laadullisesta tutkimuksesta, jonka avulla saatiin tietoa ymmärtämistä edistävästä viestintätavasta. Laadullisen tutkimuksen vaiheita olivat suunnittelu, tiedonkeruu sekä analyysi ja tulkinta (Kananen 2010, 36). Tutkimusprosessin vaiheet lomittuivat toisiinsa eli ne eivät olleet selvärajaisia, peräkkäisiä jaksoja (Alasuutari 2011, 251). Suunnitteluvaiheen alussa määriteltiin tutkimuksen tavoite. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten taloudesta viestitään ihmisille, jotka eivät ole taloushallinnon ammattilaisia. Tavoitteena oli siis paljastaa Jämsän seurakunnan kirkkovaltuuston jäsenten ja yhden työalajohtajan näkemys siitä, miten taloudesta on järkevää viestiä juuri heille. Päämäärä oli näkemys hyvästä talousviestintätavasta.

Seuraavaksi valittiin tutkimusote. Kuten luvussa kaksi mainittiin, tutkimusotteeksi valittiin laadullinen tutkimusote, sillä toteutettava tutkimus liittyi merkitysten tuottamiseen. Tiedonkeruumenetelmäksi valittiin kirjallinen ja suullinen puolistrukturoitu haastattelu eli avoimia kysymyksiä sisältävä haastattelu, koska haastattelulomakkeen käyttö on taloudellista, aikaa säästävää. Analyysimenetelmäksi valittiin laadullinen analyysi siksi, että se sopii laadullisen aineiston käsittelyyn. Laadulliseen analyysiin kuuluu kaksi vaihetta: havaintojen pelkistäminen ja arvoituksen ratkaiseminen (Alasuutari 2011,39). Kerättyä aineistoa päätettiin tarkastella faktanäkökulmasta. Faktanäkökulma oli siis tutkimuksen teoreettinen viitekehys.

Tutkimusprosessi jatkui haastattelukysymysten tekemisellä. Haastattelulomakkeeseen valittiin kuusi kysymystä. Haastattelulomake testattiin siten, että kaksi henkilöä vastasi kysymyksiin ennen kuin lomake lähetettiin kirkkovaltuuston jäsenille. Kolmas henkilö vastasi kysymyksiin hiukan myöhemmin. Testivastaajien vastausten perusteella haastattelukysymysten muotoilua muutettiin. Kolmannen kysymyksen (*Mitkä seikat puheessa tai kirjoituksessa, esim. tuloslaskelmassa ja taseessa, edistävät talo-*

*usasioiden ymmärtämistä?) tehtävä oli kerätä tietoa konkreettisista, ymmärrettävyyttä lisäävistä puheen tai tekstin ominaisuuksista. Toinen testivastaaaja vastasi kysymykseen kuitenkin abstraktisti: ”Selkeys ja taulukon ymmärrettävyys.” Niinpä kolmatta kysymystä muokattiin. Se sai muodon *Mitkä seikat tekevät puheesta tai kirjoituksesta (esim. tuloslaskelmasta ja taseesta) helposti ymmärrettävän?**

Kuudennen kysymyksen (Miten taloudesta kannattaa viestiä sinulle ja muille luottamushenkilöille?) tehtävä oli kerätä tietoa viestintätavasta, joka tuottaa ymmärrettävää puhetta ja tekstiä, eli havainnollistamiskeinojen käytöstä. Ensimmäisen koekäyttäjän vastaus liittyi kuitenkin viestintäkanavan käyttöön: ”Kirjeitse. Kirjeen voi lukea niin monta kertaa kuin tarvitsee. Sen, minkä näkee paperilla, ymmärtää paremmin.” Niinpä myös kuudetta kysymystä muokattiin. Se sai muodon *Miten sinulle ja muille luottamushenkilöille kannattaa talousasioista kertoa? Toisin sanoen miten asian voi tehdä mielenkiintoiseksi, miten asiaa voi havainnollistaa, miten sanomaa voi avata ynnä muuta sellaista?*

Myöhemmin, tiedonkeruuvaiheen puolivälissä, kuudes, muokattu kysymys korvattiin kahdella muulla kysymyksellä, koska viestintätavasta haluttiin lisää tietoa ja vastaajille haluttiin antaa enemmän vapautta päättää vastauksiensa sisällöstä. Sinänsä korvattu kysymys oli tuottanut tietoa siitä, mistä tietoa haluttiin. Uudet, korvaavat kysymykset olivat *Mitä puhuja sanoi tai teki tuollaisessa onnistuneessa viestintätilanteessa? Toisin sanoen mitkä seikat johtivat tiedon omaksumiseen tai oivallukseen? ja Miten seurakunnan talousviestintää voi kehittää?*

## 6.2 Tiedonkeruu

Tiedonkeruuvaiheessa saate ja haastattelulomake lähetettiin sähköpostitse 18:lle kirkkovaltuuston jäsenelle tiistaina 8.4.2014, koska seuraavana päivänä oli kirkkovaltuuston kokous, jossa päätettiin vuoden 2013 tilinpäätöksen vahvistamisesta. Sähköposti ei tavoittanut kahta valtuutettua lainkaan ilmeisesti sähköpostiosoitteen vaihtumisen vuoksi. Muut valtuutetut saattoivat vastata kysymyksiin tuoreen viestintätilanteen perusteella. Henkilöille, jotka ovat kirkkovaltuuston jäseniä, mutta eivät kirk-

koneuvoston jäseniä, annettiin vastausaikaa viisi päivää. Viimeinen vastauspäivä oli siis sunnuntai 13.4.2014.

Maanantaina 14.4.2014 uudistettu, seitsemän avokysymystä sisältävä haastattelulomake lähetettiin toiselle ryhmälle eli yhdeksälle sellaiselle henkilölle, jotka ovat sekä kirkkovaltuuston että kirkkoneuvoston jäseniä. Kummankin ryhmän vastauspyyntö uudistettiin. Ensimmäiseen ryhmään otettiin uudelleen yhteyttä keskiviikkona 16.4. ja toiseen ryhmään lauantaina 19.4.

Ensimmäiseltä ryhmältä saatiin kaksi vastausta ja toiselta ryhmältä kolme vastausta. Vastausprosenttikin oli viisi. Vastausprosentti oli melko pieni, sama kuin uusasiakashankinnan tavallinen vastausprosentti, mutta laadullisessa tutkimuksessa informanttien lukumäärä on vapaavalintainen: yksikin saattaa riittää (Kananen 2008, 34). Tavoitteeksi oli asetettu 15 vastausta, koska tavallisesti aineisto kyllääntyy 15. vastauksen kohdalla: useammat vastaukset olisivat samantapaisia kuin nuo 15 ensimmäistä eivätkä vaikuttaisi tutkimuksen tulokseen (Kananen 2008, 38).

Vastaajien nykyinen valtuustokausi alkoi 2011 ja päättyi 2014. Kukin vastaaja on kuulunut kirkkovaltuuston siis ainakin kolme vuotta. Vastaajat edustavat eri ammatteja ja ovat eri-ikäisiä. Jotta vastaajat pysyisivät anonyymeinä, vastaajia ei kuvailla tarkemmin. Vastaajista käytetään nimitystä informantti 1, informantti 2 jne. Informantin eli tiedonantajan numero on arvottu, joten se ei ole yhteydessä esim. sukunimien aakkosjärjestykseen tai vastaamisjärjestykseen.

Yhtä työalajohtajaa haastateltiin perjantaina 25.4.2014. Haastattelu tallennettiin matkapuhelimen muistiin ja muistikorttiin ja litteroitiin. Litterointi oli sanatarkka, joten Word-tiedostoon merkittiin myös puhekieleen kuuluvat täytesanat, kuten *niin-ku* ja *tota*. Siteerattavista kohdista tehtiin myös yleiskieltä tapaileva litterointi, koska yhteiskuntatieteellisissä tutkimuksissa suorien lainausten kielimuoto on yleensä yleiskieli (ks. Kananen 2008, 80).

Haastateltu työalajohtaja on työskennellyt Jämsän seurakunnassa monta vuotta, mutta työalansa budjetista hän on ollut vastuussa kaksi vuotta. Jämsän seurakunnassa on kymmenen työalajohtajaa. He ovat samalla kustannuspaikkavastaavia, mutta



Jämsän seurakunnassa heitä ei nimitetä kustannuspaikkavastaaviksi vaan pelkästään työalajohtajiksi. (Leppänen 2014.) Työalajohtajaan viitataan nimityksellä *informantti 6*.

### 6.3 Analyysi ja tulkinta

Laadullisen analyysin ensimmäisessä vaiheessa havaintolauseista (informanttien väitelauseista) etsittiin samankaltaisia merkityksiä (tarkoituksia, ajatuksia) ja samankaltaisen merkityksen perusteella havaintolauseet muotoiltiin yhdeksi makrohavainnoksi. Havaintojen pelkistäminen muistutti koodausta eli aineiston luokittelua ja tiivistämistä (Kananen 2008, 89), ja niinpä tässä tutkimuksessa hyödynnettiin koodauksen keinoja. Esim. samankaltaisia merkityksiä sisältävät väitteet väritettiin samalla värillä ja sanalliset koodit tai makrohavainnot merkittiin aineistoon käsin.

Violeteiksi väritettiin esim. seuraavat ymmärrettävyyttä lisäävät seikat:

- *käsitys siitä, mikä on tavoiteltava lukuarvo ja minkä tähden (I 2)*
- *peilaaminen edellisiin vuosiin (I 3)*
- *lukujen tarkastelu toiminnassa tapahtuneiden muutosten kautta (I 3)*
- *esim. tase-erien havainnointi (I 4).*

Sanalliseksi koodiksi tai makrohavainnoksi merkittiin *Lukujen suhteuttaminen*, sillä se pätee poikkeuksetta havaintolauseisiin, joissa mainitut seikat esiintyvät. Puhutun tai kirjoitetun tekstin ymmärrettävyyttä lisää siis lukujen suhteuttaminen, se, että luvut asetetaan suhteeseen toisten taseessa esiintyvien lukujen, edellisten vuosien lukujen, tavoitelukujen ja toiminnan muutosten kanssa.

Pelkistäessä vaarana on ja oli, että osa informaatiosta katoaa (Kananen 2008, 89). Pahimmassa tapauksessa tiedonantajat eivät tunnista omia vastauksiaan. Ongelma ratkaistiin kiipeämällä abstraktiotikkaita ylös ja alas eli käyttämällä sekä pelkistämällä

saatuja että todellisia ilmauksia siinä tapauksessa, että makrohavainto eroaa huomattavasti alkuperäisestä havaintolauseesta.

Laadullisen analyysin toisessa vaiheessa ratkaistiin arvoitus: tulkittiin eli annettiin vastaus miksi-kysymykseen ja miten-kysymykseen (ks Alasuutari 2011, 215). Tulkinat syntyivät aineistoa lukemalla, vertaamalla informanttien vastauksia toisiinsa ja toisen ryhmän ja työalajohtajan vastauksiin sekä etsimällä hiljaisuuksia eli puuttuvia asioita.

Aineisto paljasti, miksi talousviestinnän ymmärtäminen on tärkeää. Syitä on ainakin kolme. Ensiksi valtuutetut päättävät tilannetta korjaavista toimenpiteistä, tulevista linjauksista ja muutoksista. Toiseksi he esittävät vaihtoehtoisia etenemistapoja. Kolmanneksi he arvioivat lukuja ja toiminnan vaikuttavuutta. Neljänneksi taloustieto raamittaa työalajohtajan ja muiden seurakunnan työntekijöiden työtä.

Aineisto antoi vihjeen siitä, miten jotkut valtuutetut ymmärtävät seurakunnan talouden. He ymmärtävät sen osaksi kokonaisuutta, jossa organisaatioiden taloudet ovat yhteydessä toisiinsa.

*Kaikki talouteen liittyvä koulutus on tervetullutta. Taloutta on hyvä ymmärtää monella tasolla Miten valtion talouden kehittyminen vaikuttaa seurakunnan talouteen, miten kaupungin talouden kehittyminen vaikuttaa seurakunnan talouteen. (13.)*

Aineisto kertoi, miten valtuutetut ja työalajohtaja haluavat heille viestittävän. Aineisto antoi vihjeen siitä, miksi valtuutetut eivät käsitelleet sanatonta viestintää. Valtuutettujen ja työalajohtajan näkemys hyvästä talousviestintätavasta sekä ”hiljaisuuden” tulkinta esitellään luvussa seitsemän.

## 7 HYVÄ VIESTINTÄTAPA

### 7.1 Vastaajien näkemys

#### Talousviestinnän sisältö

Jämsän kirkkovaltuuston jäsenet tarvitsevat tietoa seurakunnan tuloista ja menoista ja talouden kokonaistilanteesta. He haluavat tietää toimintatuottojen ja verotulojen määrän. He haluavat tietää myös menoerät: kiinteiden kulujen määrän, muuttuvista kuluista ainakin palkkojen määrän sekä kunkin toimintamuodon menot. Säännönmukaisen toiminnan tuottojen ja kulujen erotus eli vuosikate kiinnostaa, samoin ylijäämän määrä. Valtuutetut ovat kiinnostuneita muutoksista, jotka vaikuttavat tuottoihin ja kuluihin, esim. seurakunnan jäsenmäärän ja verotuksen muuttumisesta. Valtuutetut tarvitsevat tietoa myös seurakunnan omaisuudesta – esim. kiinteistöistä – ja sijoitus- ja kassavaroista sekä investointiaikeista. Valtuutetut tarvitsevat tietoa siis tilinpäätöksestä ja talousarviosta.

Tarpeellista tietoa valtuutetuille ovat talouden tunnusluvut ja tunnuslukujen kehityssuunta. Tunnuslukuja toivotaan verrattavan hyvin hoidettujen, samankokoisten seurakuntien tunnuslukuihin. Tarpeen ovat myös vaihtoehtolaskelmat. Ne nimittäin auttavat ennakoimaan kunkin vaihtoehdon aiheuttamat tuotot ja kustannukset, ja niiden avulla voi verrata eri vaihtoehtoja toisiinsa ja nykytilanteeseen. Talousviestinnän tarpeellista sisältöä on lisäksi seurakunnan asioihin ja toimintaan liittyvä tieto, esim. toiminnalle asetetut tavoitteet ja tavoitteiden toteutumisen tarkastelu. – Työalajohdaja tarvitsee tietoa etenkin oman työalansa budjetista ja rahatilanteesta.

### **Ymmärtämisen tukeminen**

Jämsän seurakunnan kirkkovaltuuston jäsenten mukaan kokemus luottamushenkilönä toimimisesta ja tieto seurakunnan toiminnasta auttavat ymmärtämään taloudellista tietoa. Myös kokemus talouteen liittyvästä työstä tai harrastuksesta auttaa ymmärtämään talousasioita, samoin kokemus oman talouden hallinnasta.

*Oma työ- ja harrastustaustani on aina ollut jollain tavalla sidoksissa talouteen. – on taloudellinen kannattavuus ollut aina esillä.*

*Omasta henkilökohtaisesta taloudesta löytyy samankaltaisia piirteitä kuin suuremmissakin yhteisöissä (I 2).*

Työalajohtajan mukaan keskustelukumppaneiden välinen yhteys – henkinen silta tai samalla aaltopituudella oleminen – edistää talousasioiden ymmärtämistä.

*On löydetty sama taso. Toinen ymmärtää, mitä minä en ymmärrä. Mennään hamaan apposiin, alusta aloitetaan: mistä on kysymys ja mikä liittyy mihinkin? Termit avataan helpolla tavalla. Se auttaa. (I 6.)*

Myös työssä opitut asiat edistävät ymmärtämistä.

Talousjohtaja auttaa ymmärtämään talousasioita selostamalla, mikä on tuloslaskelman ja taseen lukujen merkitys ja tausta. Kirkkovaltuuston jäsenet toivovat selostusta esim. siitä, miten laskelmat ovat muodostuneet ja mitkä seikat ovat niihin vaikuttaneet. Talousjohtaja edistää ymmärtämistä kertomalla, miten eri tilinpäätöserien muuttuminen vaikuttaisi lopputulokseen. Hän helpottaa ymmärtämistä vastaamalla mieltä askarruttaviin kysymyksiin.

*– se [kysyminen] ei onneksi ole täällä ongelma. Ystävällisesti vastataan, ja ovat he [taloustoimiston työntekijät] kärsivällisiä, vaikka joskus vähän hölmöjäkin kyselee. (I 6.)*

Talousasioiden omaksumista edistää se, että ennen lukujen tarkastelua kerrataan esim. tuloslaskelman teoriaa, sillä kaikki valtuutetut ja työalajohtajat eivät työskentele numeroiden parissa päivittäin. Talousjohtaja auttaa työalajohtajia järjestämällä koulutusta.

*Joskus joulun alla oli talouskoulu, ja se oli laitettu meidän Katriinaan niin, että leivotaanko pullaa. Mutta ei ollut sellainen talouskoulu, vaan käytiin vähän lukuja läpi. (I 6.)*

### **Sanoman havainnollistaminen**

Valtuutetut pitävät ymmärtämisen kannalta tärkeänä seurakunnan talousjohtajan esittelypuheenvuoroa. Hyvä esittelypuheenvuoro on tiivis ja havainnollinen. Ymmär-

rettävään puheeseen kuuluu kansantajuinen kieli ja lukujen karsiminen: tuloslaskelman ja taseen voi esittää vain tärkeimpien lukujen avulla. Ymmärrettävään puheeseen kuuluu myös lukujen suhteuttaminen, se, että luvut asetetaan suhteeseen toisten taseessa esiintyvien lukujen, edellisten vuosien lukujen, tavoitelukujen ja toiminnan muutosten kanssa.

*– – esim. tase-erien suullinen esitys ja havainnointi (I 4).*

*Peilaaminen edellisiin vuosiin auttaa myös ymmärtämään (I 3).*

*Lukuja esitettäessä tarvitaan niiden vahvuuksien tai heikkouksien ymmärtämistä varten käsitys siitä mikä on tavoiteltava lukuarvo ja minkä tähden. Tämä näkökulma on tarpeen niin taloussuunnitelmien kuin tilinpäätösten käsittelyssä. (I 2.)*

*Lukuja on hyvä tarkastella myös toiminnassa tapahtuneiden muutosten kautta (I 3).*

Havainnollisessa ja ymmärrettävässä puheessa käytetään prosenttilukuja ja samaa mittayksikköä koko ajan: luvut ilmaistaan esim. miljoonina euroina eikä välillä siirrytä vaikkapa tuhansiin euroihin.

*Prosentit ovat suhteellisia ja numerot ymmärtää silloin (I 5).*

*– – 1,2 ja 0,05 ovat helpompia ymmärtää suhteessa toisiinsa kuin 1,2 ja 50 000 (I 2).*

Luvut selitetään sanallisesti ja lukuja havainnollistetaan kuulijoiden kokemuspiiriin liittyvällä konkretialla, ilmoittamalla kustannus yksikköä kohden, esim. osallistujaa tai tuntia kohden, ja esittämällä graafeja, esim. käyriä, pylväitä ja ympyröitä.

### **Ymmärtämisen esteet**

Taloudellisen tiedon ymmärtämistä haittaavat – seurakunnassa ja muualla – talouden termit ja vaikeasti tulkittavat numerot. Myös fokusoinnin puutteellisuus eli huomion keskittämisen puutteellisuus haittaa taloudellisen tiedon ymmärtämistä: puhuja saattaa käsitellä esim. kokonaisuuden kannalta vähämerkityksisiä asioita tai tarkastella suurten linjojen asemesta yksikkötasoa. Lisäksi ymmärtämistä vaikeuttavat val-

mistelemattomat ja dokumentoimattomat selostukset, jotka koskevat poikkeamia, muutoksia ja kehityssuuntia. Taloushallinnon koulutuksen puuttuminen vaikeuttaa ymmärtämistä.

*– – ei ihan tajua, kun he [taloustoimiston työntekijät] termillä asian ilmaisevat – – (I 6).*

*Ei ole kovin tuttua, mitä tarkoittaa vuosikate ja mikä ero on vuosikatteella ja tilikauden tuloksella ja mikä on tilikauden ylijäämä ja mikä on alijäämä. Tämmöiset perusasiat. Välillä kun niitä lukee, niin ajattelee, että ne ovat sama luku – miksi ne ovat jotenkin eri ja mihin ne liittyvät? – – tämä [talouspuoli] on hankalaa, mutta tästäkin on selvitty. (I 6.)*

### **Viestijän haaste**

Työalajohtaja on paitsi talousinformaation vastaanottaja myös sen jakaja. Hän saa taloustoimistosta toteumavertailun sähköpostiin kerran kuukaudessa ja lähettää sen alaisilleen, jotta näillä olisi sama tieto kuin hänellä.

*– – näen rahankäytön, mitä on ollut, mitä on käytetty ja mikä on tilanne (I 6).*

Toteumavertailua tarkastellaan kokoontumisissa. Tiimi keskustelee sen pohjalta mm. siitä, käytetäänkö rahaa johonkin vai ei. Työalajohtajan tehtäviin kuuluu oman työalan budjetin laatiminen. Työalajohtajan mukaan budjetin laatiminen on vaikeaa, koska tuottojen määrän ja kustannusten määrän arvioiminen on vaikeaa.

*On hankalaa osata nähdä tulevaisuuteen – – .*

*– – huokaisu, kun budjetin saa tehtyä. Iso juttu, joitakin unetomia öitä aiheuttava. (I 6.)*

### **Kehittämisehdotukset**

Huhtikuussa 2014 tehdyssä laadullisessa tutkimuksessa Jämsän seurakunnan kirkkovaltuuston jäseniä ja työalajohtajaa ei pyydetty arvioimaan nykyistä talousviestintää. Silti aineistosta selvisi, että informantit ovat tyytyväisiä talousviestintään.

*Tällä hetkellä mielestäni seurakunnassamme talouden pito ja siitä tiedottaminen on minulle riittävällä tasolla (I 3).*

*Meidän seurakunnassa se [talousviestintä] on suhteellisen hyvin hanskassa (I 5).*

*Anneli [talousjohtaja] on hyvä (I 1).*

*Ajattelen, että meidän nykyinen talousjohtaja on helposti lähestyttävissä ja sillä tavalla myötämielinen ja ystävällinen, että haluaa opettaa, neuvoa ja auttaa. Ei ole vihainen siitä, että emme käsitä, vaan on kärsivällinen ja ohjaa. Se on minusta hieno asia. (I 6.)*

Tyytyväisyydestä kertoi myös kehittämissuhteiden vähäinen määrä. Jämsän seurakunnan viestintää voi kehittää huolehtimalla viestinnän jatkuvuudesta ja toistosta: kulloinenkin tilanne esitetään valittujen, keskeisten tavoitteiden ja asioiden kannalta. Viestintää voi kehittää tarjoamalla lisää tietoa etenkin silloin, kun tapahtuu jotain odottamatonta. Talousviestintää voi kehittää lisäämällä tuen antamista: talouspulmissa auttamista sekä huolien selvittämistä ja jakamista.

## 7.2 Aineiston tulkinta

Taloudesta viestitään ymmärrettävästi maallikoille käyttämällä suullista selontekoa. Kaikki tutkimukseen osallistuneet kirkkovaltuuston jäsenet mainitsivat esittelypuheenvuoron. He viittasivat esittelypuheenvuoroon sanoilla *esittelee, esitys, sanallisesti avaaminen, suullinen esitys ja selonteko*. Kyse on tekstilajivalinnasta: tekstiksi nimitetään sekä kirjoitetun että puhutun kielen tuotosta (Husu 2000, 170). Informanttien vastauksia tulkittiin niin, että selonteko eli raportti sopii erityisen hyvin taloudellisen tiedon välittämiseen. Kuten luvussa 3.3 mainittiin, raportti on tietoa välittävä ja selostava tekstilaji (Konttinen 1981, 254; Mikkola ym. 2003, 120, 184). Kyse on myös vuorovaikutuksesta ja vuorovaikutusosaamisesta, jota käsitellään tämän opinnäytetyön luvussa 5.3. Ilmeistä on, että kuulijoilla eli valtuutetuilla on halu olla vuorovaikutuksessa. Motivaatio, vuorovaikutusosaamisen yksi osatekijä, on siis kunnossa.

Taloudesta viestitään etenkin maallikoille havainnollisesti, käyttämällä havainnollistamiskeinoja. Havainnollistamiskeinojen avulla lisätään käsiteltävän asian ymmärrettävyyttä ja kiinnostavuutta. Päämääränä ei ole varsinaisesti tiedon lisääminen. (Andersson & Kylänpää 2002, 175.) Valtuutettujen vastauksissa mainitaan tai kuvataan yhteensä yhdeksän havainnollistamiskeinoa: karsiminen, suhteuttaminen, vertaaminen, prosenttiluvun eli suhteellisen osuuden ilmoittaminen, samassa mittayksikössä pysyminen, selittäminen, konkretia, yksikkökohtaisen kustannuksen ilmoittaminen ja graafit.

Mielenkiintoista on, että yhtä lukuun ottamatta valtuutettujen mainitsemat havainnollistamiskeinot ovat sanoin tapahtuvan havainnollistamisen keinoja. Mielenkiintoista on, että myös ymmärtämistä häiritseviä seikat ovat sanallisia. Valtuutetuilta kerätyssä aineistossa ei siis mainita sanattoman havainnollistamisen keinoja, esim. äänen innostuneisuutta, tauotusta, katseen suuntaa, liikkeitä tai tilankäyttöä eli etäisyyttä kuulihoista (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 60–61). Aineistossa ei ole mainintoja ymmärtämistä häiritsevistä sanattomista viesteistä, esim. vähäisestä äänen voimakkuudesta, liian suuresta puhenopeudesta, jatkuvasta liikehtimisestä tai maneereista, kuten toistuvista eleistä. Tietynlaisiin asioihin keskittyminen, eräänlainen sanatonta viestintää koskeva hiljaisuus, tulkittiin niin, että ainakin Jämsän seurakunnassa taloudesta viestineet ihmiset ovat esiintyneet hyvin.

Toinen syy valtuutettujen sanatonta viestintää koskevaan hiljaisuuteen selvisi, kun valtuutettujen vastauksia verrattiin työalajohtajan vastauksiin. Työalajohtajan haastattelussa sanat *ystävällisesti*, *ystävällinen* ja *kärsivällinen* esiintyvät kaksi kertaa. Työalajohtaja kuvaa niillä taloustoimiston työntekijöiden vastaamistapaa, taloustoimiston työntekijöitä ja talousjohtajaa. Hän luonnehtii talousjohtajaa myös helposti lähestyttäväksi ja myötämieliseksi ja mainitsee sanan *suhtautuu*. Työalajohtajan haastattelu eroaa valtuutettujen vastauksista sen vuoksi, että siinä korostuu puhujan asenne vuorovaikutuskumppania kohtaan eli suhtautumistapa, joka näkyy viestintätilanteessa. Pääteltiin, että työalajohtaja arvostaa hyvää kohtelua eli palvelun prosessilaatua ja on taloushallinnon liitännäispalvelukriittinen asiakas. Pääteltiin, että valtuutetut arvostavat lopputulosta, siis puheen asiasisältöä ja esitystapaa, ja ovat ydinpal-



velukriittisiä asiakkaita. Heidän vastauksensa nimittäin käsittelevät sanallisia havainnollistamiskeinoja ja ymmärtämisen esteitä, mutta eivät puhujan asennetta.

Miksi valtuutetut arvostavat lopputulosta enemmän kuin puhujan asennoitumista? Jämsän seurakunnan kirkkovaltuuston jäsenet pitävät asiasisältöä ja esitystapaa puhujan asennetta tärkeämpinä ehkä siksi, että he ovat vastuussa seurakunnan talouden päälinjoista – eivät vain yhden osa-alueen asioista tai omista asioistaan. Valtuutetuilla on velvollisuuksia mm. heidät valinneita seurakuntalaisia kohtaan. Lisäksi ihmiset ovat erilaisia. Tässä tutkimuksen vaiheessa päästiin kai asioiden taakse, jonne Alasuutarin (2011, 77) mukaan tutkimuksessa pitääkin päästä.

Kolme valtuutettua mainitsi graafit ymmärrettävyyttä lisäävänä tekijänä. Graafit ovat apuvälinein tapahtuvan havainnollistamisen keino (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 62, 64). Syy graafien mainitsemiseen on selvä: ihmiset ovat tottuneet kuviin, he omaksuvat suurimman osan (83 %) viesteistä silmillään ja kuva antaa käsityksen asiasta nopeasti (Andersson & Kylänpää 2002, 175).

Maallikoille kerrotaan talousasioista käyttämällä yleiskieltä. Neljä valtuutettua mainitsi yleiskielen. He viittasivat siihen sanoilla *kansantajuisesti, selkeällä suomen kielellä, kansantajuinen kieli ja selkokielenen*. Aineisto tukee väitettä siitä, että kieli on tärkeä ymmärrettävyystekijä (Andersson & Kylänpää 2002, 13). – Seuraavassa luvussa pohditaan opinnäytetyön tavoitteita, tutkimustulosten suhdetta muihin tutkimuksiin ja tietoperustaan, tutkimusprosessin sujumista sekä tutkimuksen luotettavuutta.

## 8 POHDINTA

### Opinnäytetyön tavoitteet

Opinnäytetyöllä oli kolme tavoitetta. Oppimistavoite liittyi laskentatoimen raportteihin, raportointiin ja laadulliseen tutkimukseen. Opinnäytetyön tekemisen myötä tuli uutta tietoa laskentatoimen raporttien ulkoasusta, seurakunnan käyttämän tuloslaskelman ja taseen rakenteesta sekä yrityksen ja seurakunnan käyttämän taloussanaston eroista. Uutta tietoa kertyi myös siitä, miten raportointi hoidetaan Jämsän seura-

kunnassa: raportoijista, raporttien liikkumisesta ja käsittelystä. Tiedot laadullisesta tutkimuksesta syvenivät. Esim. havainnoinnin tuloksen ja tutkimuksen tuloksen ero selveni: havainnoinnin tulos on aineistosta tehty havainto, mutta tutkimuksen tulos on tästä havainnosta tehty johtopäätös. Johtopäätös on sama asia kuin tulkinta, jos se vastaa miksi-kysymykseen. (Alasuutari 2011, 78, 44, 215.)

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää tutkimuskysymykset, joita oli kolme: Mitä talousviestintä on? Miten vastaanottajat prosessoivat taloustietoa päätöksentekotilanteessa? Miten taloudesta viestitään ymmärrettävästi ihmisille, jotka eivät ole taloushallinnon ammattilaisia? Opinnäytetyön tavoite oli myös antaa virikkeitä seurakunnan talousviestinnän kehittämiseen.

Opinnäytetyölle asetetut tavoitteet saavutettiin hyvin mm. siksi, että jokaiseen tutkimuskysymykseen saatiin vastaus. Talousviestintä on talousasioista kertomista. Se on yhteisön toiminnasta, toimintaan vaikuttavista tapahtumista ja yhteisön arvoista kertomista numeroiden avulla. (Roine 2001, 11, 17.) Se on varojen hankinnasta ja käytöstä kertomista. Se on mm. raporttien laadintaa. Ihmiset lukevat, kuuntelevat, yksinkertaistavat ja tulkitsevat eli ymmärtävät taloustietoa. Jämsän seurakunnan kirkkovaltuuston jäsenten ja työalajohtajan mukaan taloudesta on hyvä viestiä suullisen selonteon välityksellä, havainnollisesti, ymmärtämistä haittaavia elementtejä välttäen ja yleiskieltä käyttäen.

### **Tutkimuksen tulokset**

Kerätyn aineiston perusteella tehtiin kuusi johtopäätöstä eli tulkintaa. Ensiksi suullinen selonteko (raportti) sopii hyvin talousinformaation välittämiseen, ja toiseksi Jämsän seurakunnan kirkkovaltuuston jäsenet ja työalajohtaja ovat motivoituneita vuorovaikutukseen. Kolmanneksi valtuutetut arvostavat eniten puheen asiasisältöä ja esitystapaa. Neljänneksi työalajohtaja arvostaa eniten puhujan suhtautumistapaa. Viidenneksi graafit ovat vastaajille mieluisia siksi, että suurin osa viesteistä omaksutaan silmillä. Kuudenneksi kieli on tärkeä ymmärrettävyystekijä. (Andersson & Kylänpää 2002, 13, 175.) Tulkinnat vastaavat seuraaviin kysymyksiin: Miksi informantit mainitsivat selonteon? Miksi valtuutetut käsittelivät nimenomaan sanallista viestintä-

tää? Miksi työalajohtaja kuvaili vuorovaikutusta taloustoimiston väen kanssa? Miksi graafit mainittiin? Miksi kieli mainittiin? Tulkinnat siis selittävät informanttien havaintolauseita.

Haastattelututkimus ei tarjoa absoluuttisesti uutta tietoa viestintätavoista, mutta se tarjoaa uutta tietoa kohderyhmän mieltymyksistä. Haastattelututkimuksen merkitys on se, että tutkimus tarjoaa nimenomaan kohderyhmän näkemyksen hyvästä talousviestintätavasta. Se kertoo, millainen tapa tapojen suuresta joukosta on juuri heille sopiva.

Tutkimuksessa tehtyjä havaintoja ja tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää, kun seurakunnan talousviestintää kehitetään. Laadullinen tutkimus tähtää ilmiön selittämiseen (Alasuutari 2011, 237), ei yleistettävyyteen. Niinpä tutkimustulokset pitävät paikkansa ehkä vain Jämsän seurakunnan tapauksessa (ks. Kananen 2010, 142).

### **Suhde muihin tutkimuksiin**

Huhtikuussa 2014 toteutetulle haastattelututkimukselle ei löytynyt ihanteellista vertailukohdetta. Toimijat, kanavat ja tavat nuorten taloudellisen osaamisen edistämisessä -hankkeen osatutkimukseen verrattuna haastattelututkimus tarjosi tietoa eri asioista. Osatutkimuksessa selvisi, että taloustiedon jakajat eivät ole asettaneet tarkkoja tavoitteita viestinnälle, joka on suunnattu nuorille, eivätkä seuraa sen onnistumista. Osatutkimuksen mukaan taloustiedon jakaminen hoidetaan usein muun työn ohessa ja taloustietoa halutaan jakaa nuorille etenkin Internetin välityksellä. (Jokinen 2012, 39, 42–43.)

Osatutkimus käsitteli talousviestintää sanoman lähettäjän eli tiedonjakajan näkökulmasta. Sitä vastoin haastattelututkimuksessa korostui vastaanottajan näkökulma. Osatutkimuksessa viestinnän kohderyhmä oli nuoret, mutta haastattelututkimuksessa vastaanottajat olivat aikuisia. Siksi myös näkemys parhaasta viestintäkanavasta oli erilainen: osatutkimuksen informantit olettivat Internetin olevan paras kanava talo-

ustiedon jakamiseen, mutta haastattelututkimuksen informantit pitivät parhaana kanavana talousjohtajaa ja suullista selontekoa.

### **Suhde tietoperustaan**

Lähdekirjallisuus tukee haastattelututkimuksen informanttien näkemystä hyvästä talousviestintätavasta. Raportin suullista esittelyä, joka korostui aineistossa, luonnehditaan lähdekirjallisuudessa välttämättömäksi (Jyrkkiö & Riistama 2000, 264). Laskentaperiaatteiden selvittämistä ja tuntemista pidetään tarpeellisena myös kirjallisuudessa (Jyrkkiö & Riistama 2000, 264; Partanen 2007, 43). Jyrkkiön ja Riistaman (2000, 264) mukaan lisäselvitysten saantimahdollisuus on raportin suullisen esittelyn etu.

Havainnollisuuden merkitys ymmärtämiselle tuodaan esille myös lähdemateriaalissa (esim. Andersson & Kylänpää 2002, 175). Karsiminen, suhteuttaminen, vertaaminen, selittäminen, konkretia ja graafit esiintyvät myös lähteissä (esim. Andersson & Kylänpää 2002, 177; Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 58–59, 64).

Tietokirjailijoidenkin mielestä termit vaikeuttavat sanoman ymmärtämistä. Sirke Lohtaja-Ahonen ja Minna Kaihovirta-Rapo (2012, 58) huomauttavat, että jo yksi tai kaksi vaikeaa sanaa tekee puheesta vaikean ja käynnistää kuulijan mielenkiinnon herpaantumisen. Tietokirjailijatkin pitävät valmistelemattomuutta ja huonoa fokusointia haitallisina (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 34; Partanen 2007, 31).

### **Tiedon lähteet**

Opinnäytetyössä hyödynnettiin 68 lähdettä. Lähdeluettelossa on 31 **painettua** lähdettä: 24 kirjaa, 3 aikakauslehtijuttua, 2 kootun teoksen artikkelia, katsaus ja uutinen. Lähdeluettelossa on 37 **painamatonta** lähdettä: 7 esittelyä, 4 ohjetta, 4 sähköpostiviestiä, 4 säädöstä, 3 uutista, 2 e-artikkelia, 2 oppimateriaalia, 2 pöytäkirjaa, e-kirja, e-väitöskirja, esipuhe, graafi, kirjan katkelma, lehdistötiedote, muistio, opas ja opinnäytetyö.

Tärkeimmät lähteet ovat Partasen *Talousviestintä johtamisen tukena*, Roineen *Talousviestintä*, Jyrkkiön ja Riistaman *Laskentatoimi päätöksenteon apuna*, Kortetjärvi-

Nurmen, Kurosen ja Ollikaisen *Yrityksen viestintä* ja Virtasen *Selkokielen käsikirja*. Ne nimittäin auttoivat ratkaisemaan tutkimuskysymykset: Partanen ja Roine tarkastelevat talousviestintää monipuolisesti. Partanen tarkastelee myös talousviestinnän prosessointia. Jyrkkiö ja Riistama tarjoavat raportointiohjeita, samoin Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen ja Ollikainen. Virtanen käsittelee keinoja, joilla tekstistä saa ymmärrettävän.

Lähde on luotettava, jos se on asiantuntijan kirjoittama. Lähteinä käytettiin nimenomaan asiantuntijoiden kirjoittamia kirjoja. Lähdeluettelossa onkin ainakin 18 tohtoria, mm. kauppatieteiden tohtoreita. Lähdetiedoissa on julkaisuvuosi eli copyright-vuosi, joka on teoksen ensijulkaisuvuosi tai päivitysvuosi (Lähdeluettelon laatiminen 2010). Tässä opinnäytetyössä julkaisuvuosi paljastaa, milloin teoksen tiedot on laitettu ajan tasalle. Vanhin julkaisuvuosi on 1981 ja uusin 2014. Päälähteet ovat vuosilta 2007, 2001, 2000, 2009 ja 2009.

### **Tutkimuksen onnistuminen**

Tutkimusprosessi sujui hyvin. Löytyi sopivaa lähdekirjallisuutta. Siihen tutustuminen kesti kylläkin kauan. Valtuutetut vastasivat haastattelukysymyksiin ja työalajohtaja suostui tapaamiseen ja haastattelun tallentamiseen. Tosin huolta aiheutti vastausten vähyyt viikolla 16: sekä ensimmäisen että toisen ryhmän vastausajan umpeuduttua koossa oli vain kolme kirjallista vastausta. Onneksi vastauspyynnön toistaminen toi lisää vastauksia. Työalajohtajan haastattelun aikana puhelimen muisti täyttyi. Onneksi loppuosa voitiin tallentaa puhelimen muistikorttiin.

Analyysivaihe oli miellyttävä, sillä informanttien vastaukset olivat mielenkiintoisia ja sisälsivät paljon tietoa tutkittavasta ilmiöstä, viestintätavasta. Kuten Alasuutari (2011, 82) toteaa, aineisto voi yllättää tutkijan. Tässä tutkimuksessa hämmästytti mainittujen havainnollistamiskeinojen runsaus ja viestijän näkökulman ilmaantuminen aineistoon. Työalajohtaja nimittäin puhui sekä taloudellisen tiedon vastaanottamisesta että taloudellisen tiedon jakamisesta – rikasti aineistoa. Tutkimuksen kannal-

ta oli hyvä, että tiedonantajien joukossa oli kahdenlaisia ihmisiä: sellaisia, joille talousasiat ovat tuttuja, ja sellaisia, joille ne ovat vieraita.

Onnistuttiin keräämään tietoa ja oppimaan uusia asioita. Onnistuttiin saamaan selville talousviestinnän vastaanottajien – valtuutettujen ja työalajohtajan – yksityiskohmainen näkemys ymmärrettävästä viestintätavasta. Ei kuitenkaan voida taata, että toimimalla esitetyllä tavalla saadaan vastaanottajat ymmärtämään sanoma täydellisesti. Ymmärtäminen nimittäin riippuu myös vastaanottajan ominaisuuksista. Epäonnistuttiin PDF-tiedostojen käsittelyssä. Esim. skannattua kustannuspaikkaluetteloa ei onnistuttu kopioimaan Word-tiedostoon. Niinpä Jämsän seurakunnan kustannuspaikkaluetteloa havainnollistetaan tässä opinnäytetyössä katkelmalla, joka kirjoitettiin itse.

Jatkotutkimus voi selvittää erilaisten viestintätapojen yhteyttä ymmärrettävyyteen. Olisi mielenkiintoista tietää, muuttuuko ymmärtämisen taso, jos asiantuntijan selostuksen kuuntelemisen lisäksi vastaanottajat lukevat raportin etukäteen ja keskustelvat siitä vertaisryhmässä tai vaihtoehtoisesti lukevat raporttia ohjeen kanssa.

### **Luotettavuuden arviointi**

Miten varmistettiin haastattelututkimuksen luotettavuus? Haastattelulomake testattiin ennen kuin sitä käytettiin tutkimuksessa ja siihen tehtiin muutoksia, jotta saataisiin tietoa halutuista asioista (ks. Metsämuuronen 2000, 44). Tutkimuksessa kerättiin tietoa niin kuin Toimijat, kanavat ja tavat nuorten taloudellisen osaamisen edistämisessä -hankkeen osatutkimuksessa. Tiedonkeruutapa eli avoimia kysymyksiä sisältävän lomakkeen käyttö arvioitiin hyväksyttäväksi, koska mainittuun hankkeeseen osallistui mm. kolme tutkijaa Kuluttajatutkimuskeskuksesta sekä professori Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulusta. (Raijas & Uusitalo 2012, 7.) Tiedonkeruutapa arvioitiin hyväksyttäväksi, koska verkkolomakkeella kerättiin myös Anne Laajalahden (2014, 105) väitöskirjatutkimuksen aineisto – kirjoitelmat.

Tutkimuksessa kerättiin tietoa useassa erässä. Niinpä tiedonkeruuseen liittyviä virheitä voitiin korjata ja aineisto vaikutti tutkimuksen kulkuun (ks. Kananen 2008, 56, 122): aineiston analyysin perusteella kerättiin lisätietoa ymmärrettävyyttä vaalivasta

viestintätavasta ja väljennettiin tiedon tuottamista. Sanoman lähettämisen tavoista pyrittiin saamaan lisää tietoa siten, että haastattelulomakkeen kuudes, muokattu kysymys korvattiin kahdella kysymyksellä. Tiedon tuottamista väljennettiin entistä avoimemmalla kysymyksellä. Etukäteispäätöksen ja aineiston analyysin perusteella tiedon tuottamista väljennettiin myös keräämällä tietoa keskinäisviestinnän avulla face to face -tilanteessa eli kasvotusten.

Tutkijan ja tutkijan toiminnan vaikutus saatuun tietoon oli vähäinen (ks. Alasuutari 2011, 97) haastattelulomakkeen käytön ansiosta. Haastattelulomakkeessa vastaajia kehoitettiin vastaamaan kysymyksiin rehellisesti. Tutkimuksessa kysyttiin neutraaleja asioita, ei arkaluontoisia, joten vastaajilla ei ollut tarvetta valehdella. Koska kysymykset koskivat informanttien ajatuksia, tutkimuksessa saatiin ensikäden tietoa. Usea vastaaja mainitsi saman asian eli tieto vaikutti luotettavalta. Tutkimuksen aikana seurattiin sitä, esiintyykö informanttien antamien tietojen kaltaisia tietoja lähdekirjallisuudessa. (Ks. Alasuutari 2011, 102, 110–111.) Esim. kuusi valtuutettujen mainitsemaa havainnollistamiskeinoa esiintyy tämän opinnäytetyön lähdekirjallisuudessa: niitä voidaan pitää tunnustettuina ymmärrettävyystekijöinä. Kolme muuta havainnollistamiskeinoa rikastavat opinnäytetyön sisältöä, tarjoavat uutta tietoa. Tehdyt havainnot ja tulkinnat lähetettiin informanteille tarkistettaviksi.

Tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan validiteetin ja reliabiliteetin avulla (Kananen 2008, 123). Validiteetti tarkoittaa oikeiden asioiden tutkimista (Kananen 2008, 123). Sisäinen validiteetti on hyvä, jos tutkimuksessa käytetään teorian mukaisia käsitteitä (Metsämuuronen 2000, 51) ja tulkinta on virheetön (Kananen 2008, 123). Sisäinen validiteetti on hyvä, jos paikallinen selitys on yhtenäinen ja perustuu useisiin aineistosta tehtyihin havaintoihin (Alasuutari 2011, 214). Tässä tutkimuksessa käytettiin teorian mukaisia käsitteitä. Havainnoinnin tuloksena esitetty, viestintätapaa koskeva selonteko perustuu useisiin aineistosta tehtyihin havaintoihin, samoin informanttien lausumien selitykset. Tosin ei ole varmuutta siitä, että tehdyt tulkinnat ovat täysin virheettömiä. Sisäinen validiteetti arvioitiin n kuitenkin hyväksi.

Reliabiliteetti tarkoittaa tutkimuksen toistettavuutta (Metsämuuronen 2000, 50) ja tulkinnan samankaltaisuutta tulkitsijan vaihtumisesta huolimatta, tulosten pysyvyyttä

(Kananen 2008, 124). Ei ole varmaa, että joku toinen tekisi aineiston pohjalta kaikki samat tulkinnat eli selittäisi informanttien lausumat samankaltaisesti. Ehkä toinen tulkitsija ei pidä informanttien lausumia merkinä lopputuloksen arvostamisesta ja ydinpalvelukriittisyydestä tai prosessilaadun arvostamisesta ja liitännäispalvelukriittisyydestä, etenään jos hän ei ole opiskellut markkinointia. Niinpä reliabiliteetti on huonompi kuin sisäinen validiteetti. Loppujen lopuksi tärkeintä on, että pyrittiin toimimaan oikein ja että opinnäytetyöstä olisi hyötyä toimeksiantajalle.



## LÄHTEET

Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. 4., uud. p. Tampere: Vastapaino.

Andersson, S. & Kylänpää, E. 2002. Käytännön puheviestintä. Tampere: Mac Laser.

Berg, J. 2011. Palveluinnovaation tuotteistus ja omaksuminen. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, liiketalouden koulutusohjelma. Viitattu 7.3.2014.  
[http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/25689/Berg\\_Jaana.pdf?sequence=1](http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/25689/Berg_Jaana.pdf?sequence=1).

Budjetointi. Budjetit. Osabudjetit n.d. Oppimateriaali Virtuaali-AMK:n sivuilla. Viitattu 14.2.2014.  
<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/030304/1075273440595/1162281066562/1162287183559/1162287525628.html>.

Edward de Bono: "Six Thinking Hats" eli "hattutekniikka" n.d. Suom. Leena Hiltunen. Kirjan katkelman suomennos Jyväskylän yliopiston sivuilla. Viitattu 1.7.2013.  
<http://users.jyu.fi/~lrl/kurssit/virtopp2002/hats.html>.

Hakala, S. & Sumiala-Seppänen, J. 2003. Kirkon viestintä – kohtaamista ja sanoman levitystä. Helsinki: Kirkkohallitus. Suomen evankelis-luterilaisen kirkon kirkkohallituksen julkaisuja 2003:2.

Hell, A. 2012. Hei! Sähköpostiviesti 9.10.2012. Talousjohtaja. Jämsän seurakunta.

Hell, A. 2014a. Hei! Sähköpostiviesti 14.4.2012. Talousjohtaja. Jämsän seurakunta.

Hell, A. 2014b. Hei! Sähköpostiviesti 28.4.2012. Talousjohtaja. Jämsän seurakunta.

Husu, M., Tarkoma, E. & Vuorijärvi, A. 2000. Ammattisuomen käsikirja. 6., uud. p. Helsinki: WSOY.

Jokinen, N. 2012. Miten nuorille tulisi taloudesta viestiä? Taloudellisen toimintaympäristön toimijoiden roolit ja yhteistyö talousosaamisen edistämiseksi. Teoksessa Nuoret ja talousosaaminen. Toimijat, kanavat ja tavat nuorten taloudellisen osaamisen edistämiseksi -hankkeen loppuraportti. Toim. A. Raijas ja O. Uusitalo. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus, 34–48. Kuluttajatutkimuskeskuksen kirjoja 7. Viitattu 22.2.2014.  
[http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/5683/2012\\_kirja\\_nuoret\\_ja\\_talousosaaminen\\_raijas\\_uusitalo.pdf](http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/5683/2012_kirja_nuoret_ja_talousosaaminen_raijas_uusitalo.pdf).

Juholin, E. 2013. Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. 6., uud. p. Helsinki: Management Institute of Finland. Portus.

Jyrkkiö, E. & Riistama, V. 2000. Laskentatoimi päätöksenteon apuna. 13., uud. p. Helsinki: WSOY.

Järvi, M. 2014. Seurakunta pääsi vuodelta 2013 voitolle. Jämsän Seutu Vekvari 19.3.2014, 6.

Kananen, J. 2008. Kvali. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 93.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 111.

Kaustinen, L. 2013. Viestinnän ammattilaiset 2013 -tutkimuksen tulokset valmiit. Uutinen ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry:n sivuilla. Viitattu 7.4.2014. <http://procom.fi/viestinnan-ammattilaiset-2013-tutkimuksen-tulokset-valmiit/>.

Kirjanpitoasetus 30.12.1997/1339. Säädös säädöstietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu 4.2.2014. <http://www.finlex.fi>, lainsäädäntö, ajantasainen lainsäädäntö.

Kirjanpitolaki 30.12.1997/1336. Säädös säädöstietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu 4.2.2014. <http://www.finlex.fi>, lainsäädäntö, ajantasainen lainsäädäntö.

Kirkkojärjestys 8.11.1991/1055 v. 1993. Säädös säädöstietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu 4.2.2014. <http://www.finlex.fi>, lainsäädäntö, ajantasainen lainsäädäntö.

Kirkkolaki 26.11.1993/1054. Säädös säädöstietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu 4.2.2014. <http://www.finlex.fi>, lainsäädäntö, ajantasainen lainsäädäntö.

Kirkkoneuvosto n.d. Esittely Jämsän seurakunnan sivustolla. Viitattu 3.2.2014. <http://www.jamsanseurakunta.fi/paatoksenteke/kirkkoneuvosto.html>.

Kirkkovaltuusto n.d. Esittely Jämsän seurakunnan sivustolla. Viitattu 3.2.2014. <http://www.jamsanseurakunta.fi/paatoksenteke/kirkkovaltuusto.html>.

Kirkollishallituksen päätöksiä 10.1.2013. Pöytäkirja Suomen ortodoksisen kirkon sivuilla. Viitattu 19.2.2014. <http://www.ort.fi/kirkollishallitus/kirkollishallituksen-paaetoeksiae-101>.

Kirkon tiedotuskeskus: julkinen viestintä n.d. Esittely Suomen evankelis-luterilaisen kirkon kirkkohallituksen sivuilla. Viitattu 20.8.2013. <http://sakasti.evl.fi>, yhteystiedot, kirkon keskushallinto, Kirkon tiedotuskeskus, julkinen viestintä.

Konttinen, R. 1981. Talouselämän viestintä. 5., täyd. p. Helsinki: Gaudeamus. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja C-19.

Kortetjärvi-Nurmi, S., Kuronen, M. & Ollikainen, M. 2009. Yrityksen viestintä. 5.–6. p. Helsinki: Edita.

Kuronen, M. 1991. Teemasta tekstiksi. Tietoa talouselämän tekstien tuottamisesta. Helsinki: Oy Finn Lectura Ab.

- Laajalahti, A. 2014. Vuorovaikutusosaaminen ja sen kehittyminen tutkijoiden työssä. Väitöskirja. Jyväskylän yliopisto, humanistinen tiedekunta, puheviestintä. Jyväskylä Studies in Humanities 225. Viitattu 11.4.2014.  
[https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/43093/978-951-39-5618-9\\_vaitos29032014.pdf?sequence=1](https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/43093/978-951-39-5618-9_vaitos29032014.pdf?sequence=1).
- Laakso, T. 2013. Taloustaidot puntarissa. *Ajassa* 4, 22–25.
- Lahti, S. & Salminen, T. 2008. Kohti digitaalista taloushallintoa – sähköiset talouden prosessit käytännössä. Helsinki: WSOYpro. *Ekonomia*.
- Laurinen, L. 1994. Selko- vai sekokieltä – selkokielisten tekstien ymmärrettävyydestä. Teoksessa *Selkoa selkokielestä*. Toim. A. Sainio. Helsinki: Kirjastopalvelu Oy, 33–61.
- Lemettinen, J. 2008. *Talous*. *Kylväjä* 2, 17.
- Leppänen, P. 2014. Hei! Sähköpostiviesti 22.4.2014. *Kirkkoherra*. Jämsän seurakunta.
- Liukko, S. & Perttula, S. 2013. Opinnäytetyön raportointi. Keskeisimmät muutokset. Ohje Jyväskylän ammattikorkeakoulun Avoimet oppimateriaalit -sivustolla. Viitattu 15.2.2014. <http://oppimateriaalit.jamk.fi/raportointiohje/2013/03/05/keskeisimmat-muutokset/>.
- Lohtaja-Ahonen, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2012. Tehoa työelämän viestintään. 2., uud. p. Helsinki: Sanoma Pro.
- Lähdeluettelon laatiminen 2010. Ohje Kielijelppi-viestintäoppaassa Helsingin yliopiston Kielikeskuksen sivuilla. Viitattu 20.3.2014.  
<http://www.kielijelppi.fi/kirjoitusviestinta/lahdeluettelon-laatiminen>.
- Metsämuuronen, J. 2000. Metodologian perusteet ihmistieteissä. Helsinki: International Methelp. *Metodologia-sarja* 1.
- Mikkola, A., Koskela, L., Haapamäki-Niemi, H., Julin, A., Kauppinen, A., Nuolijärvi, P. & Valkonen, K. 2003. Äidinkieli ja kirjallisuus. Käsikirja. 7. p. Helsinki: WSOY.
- Näsi, J. & Neilimo, K. 2006. Mitä on liiketoimintaosaaminen? Helsinki: WSOYpro.
- Oppiminen. Lue ja opi 1998. Akateemiset opiskelutaidot -verkkokurssin moduuli Oulun yliopiston sivuilla. Viitattu 6.3.2014.  
<http://www oulu.fi/verkkostovatti/materia/oppimine/index.html>.
- OP-Pohjolan kysely: Eläkepäivien toimeentuloon varauduttava myös itse 2013. Lehdistö tiedote OP-Pohjolan sivuilla. Viitattu 20.2.2014.  
<https://www.pohjola.fi/pohjola?cid=-1037>.

Partanen, V. 2007. Talousviestintä johtamisen tukena. Helsinki: Talentum. *Economica* 40.

Paulos, J. 1988. Numerotaidottomuus. Matemaattinen lukutaidottomuus ja sen seuraukset. 4. p. Suom. K. Vala. Helsinki: Art House.

Päätöspöytäkirja 9/2012. Roihuvuoren seurakunnan seurakuntaneuvoston pöytäkirja Helsingin seurakuntien sivuilla. Viitattu 19.2.2014.

[http://www.helsinginseurakunnat.fi/material/attachments/roihuvuori/6BTWJf9G1/Poytakirja\\_2012\\_nro\\_9.pdf](http://www.helsinginseurakunnat.fi/material/attachments/roihuvuori/6BTWJf9G1/Poytakirja_2012_nro_9.pdf).

Raijas, A. & Uusitalo, O. 2012. Esipuhe. Teoksessa Nuoret ja talousosaaminen. Toimijat, kanavat ja tavat nuorten taloudellisen osaamisen edistämässä -hankkeen lopporaportti. Toim. A. Raijas ja O. Uusitalo. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus, 7–8. Kuluttajatutkimuskeskuksen kirjoja 7. Viitattu 5.4.2014.

Roine, S. 2001. Talousviestintä. Helsinki: Inforviestintä Oy. Navigare.

Rosenblatt, L. 1981. The Reader, the Text, the Poem. The Transactional Theory of the Literary Work. 2. p. Carbondale & Edwardsville: Southern Illinois University Press.

Salmi, I. 2012. Mitä tilinpäätös kertoo? 8. p. Helsinki: Edita.

Sarmavuori, K. 2011a. Miten opetan ja tutkin äidinkieltä ja kirjallisuutta? Äidinkielen opetustieteen perusteet. 2., korj. p. Espoo: Äidinkielen Opetustieteen Seura ry. Viitattu 18.2.2014.

[http://files.kotisivukone.com/aidinkielenopetustieteenseurary.kotisivukone.com/opetan\\_ja\\_tutkin.pdf](http://files.kotisivukone.com/aidinkielenopetustieteenseurary.kotisivukone.com/opetan_ja_tutkin.pdf).

Sarmavuori, K. 2011b. Opi ja ohjaa lukemista. Helsinki: Avain.

Seppälä, R. 2014. Maydan maailma. Tekoja 1, 3, 6–9.

Seurakunnan ja seurakuntayhtymän tase n.d. Ohje taseen laatimiseen kirkkohallituksen Sakasti-palvelun sivuilla. Viitattu 22.3.2014. <http://sakasti.evl.fi>, talous ja hallinto, seurakuntatalous, laskentatoimi ja tilinpäätös, tase, taseohje.

Seurakunnan ja seurakuntayhtymän tuloslaskelma 2009. Ohje tuloslaskelman laatimiseen kirkkohallituksen Sakasti-palvelun sivuilla. Viitattu 22.3.2014.

<http://sakasti.evl.fi>, talous ja hallinto, seurakuntatalous, laskentatoimi ja tilinpäätös, tuloslaskelma, tuloslaskelman laatiminen.

Shore, S. 2014. Reading to Learn -genrepedagogiikan kielitieteellinen perusta. Teoksessa Tekstilajitaidot. Lukemisen ja kirjoittamisen opetus koulussa. Toim. S. Shore ja K. Rapatti. Helsinki: Äidinkielen opettajain liitto, 37–63. Äidinkielen opettajain liiton vuosikirja 2014.

Säädökset n.d. Esittely Suomen evankelis-luterilaisen kirkon kirkkohallituksen sivuilla. Viitattu 4.2.2014. <http://sakasti.evl.fi>, talous ja hallinto, seurakuntatalous, säädökset.

Talouden seuranta/eri ikäryhmät 2013. Graafi OP-Pohjolan asiantuntijapäällikkö M. Lindströmiltä 28.4.2014.

Talous n.d. Esittely Jämsän seurakunnan sivustolla. Viitattu 16.3.2014. <http://www.jamsanseurakunta.fi/talous/talous.html>.

Taloushallinto ja laskentatoimi n.d. Esittely Opetushallituksen sivuilla. Viitattu 20.8.2013. <http://www.opintoluotsi.fi>, koulutusalat ja ammatit, yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala, kauppatieteet, taloushallinto ja laskentatoimi.

Toimiva sisäinen viestintä on edellytys julkiselle viestinnälle n.d. Esittely Suomen evankelis-luterilaisen kirkon kirkkohallituksen sivuilla. Viitattu 3.2.2014. <http://sakasti.evl.fi>, etusivu, viestintä, työyhteisöviestintä.

Tänään vietetään lukutaitopäivää – kuuntele lukutaitopäivän jutut Sinikka Sokan lukemana 2010. HS.fi Kulttuuri 8.9.2010. Viitattu 19.2.2014. <http://www.hs.fi/kulttuuri/artikkeli/T%C3%A4n%C3%A4n%C3%A4n+vietet%C3%A4%C3%A4n+lukutaitop%C3%A4iv%C3%A4%C3%A4+-+kuuntele+lukutaitop%C3%A4iv%C3%A4n+jutut+Sinikka+Sokan+lukemana/1135259961041>.

Unelmat ja talouslukutaito yhdisti Keski-Suomen Osuuspankin ja JAMKIn taloushallinnon opiskelijat 2014. Uutinen Jyväskylän ammattikorkeakoulun Liiketoiminta ja palvelut -yksikön tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoimintaa esittelevällä Turbinaattori-sivustolla. Viitattu 15.2.2014. <https://blogit.jamk.fi/turbinaattori/2014/02/08/osuuspankki-ja-opiskelijaryhman-unelmien-perassa-maaliskuussa/>.

Vainikainen, T. 2010. Asiantuntemusta jakamassa. Teoksessa Asiantuntijan mukaan. Viestintäopas media-ajan asiantuntijoille. Toim. V. Niinikangas. Turku: Enostone, 45–115.

Virtaluoto, J. & Väyrynen, P. 2000. Voidaanko tekstin luettavuutta mitata matemaattisilla indekseillä? Informaatiotutkimus 19 (4), 100–106. Viitattu 2014.

Virtanen, H. 2009. Selkokielen käsikirja. Helsinki: Kehitysvammaliitto, Oppimateriaalikeskus Opike.

Västilä, T. 2013. Hallitse talouttasi – ja elämääsi! OP-Pohjola 4, 18–20.

Ylenius, J & Keränen, T 2006. Tiedottajan abc. TiedoteDeski Finland Oy:n tuottama opas. Viitattu 20.8.2013.

[http://www.viestintatoimistodeski.fi/pdf/tiedottajan\\_abc.pdf](http://www.viestintatoimistodeski.fi/pdf/tiedottajan_abc.pdf).

## **LIITE**

**Haastattelulomake**

Tässä lomakkeessa on kysymyksiä, jotka liittyvät seurakunnan talousviestintään. Vastaamalla kysymyksiin rehellisesti parannat tutkimukseni luotettavuutta ja annat virkeitä talousviestinnän kehittämiseen. Nimeäsi kysyn vain siksi, että tarvittaessa voin varmistaa, että olen ymmärtänyt vastauksesi oikein. Nimeäsi en ilmaise missään tutkimuksen vaiheessa.

Vastauksen pituuden voit itse päättää. Voit kirjoittaa vastauksesi tähän Word-dokumenttiin ja lähettää tämän minulle sähköpostin liitteenä. Sähköpostiosoitteeni on x. Vastauksia käsittelen vastuullisesti.

### **Vastaajan nimi**

#### **Talousviestinnän sisältö**

- 1 Talousviestintä tarkoittaa talousasioista kertomista suullisesti tai kirjallisesti. Mistä talousasioista tarvitset tietoa seurakunnan luottamushenkilönä?

#### **Kuulijan/lukijan ominaisuudet**

- 2 Mitkä ominaisuudet, tiedot, taidot ja kokemukset auttavat sinua ymmärtämään talousasioita?

#### **Puheen/tekstin ominaisuudet**

- 3 Mitkä seikat tekevät puheesta tai kirjoituksesta (esim. tuloslaskelmasta ja taseesta) helposti ymmärrettävän?
- 4 Mitkä seikat puheessa tai kirjoituksessa haittaavat taloudellisen tiedon ymmärtämistä?

#### **Viestintä**

- 5 Mieti tilanteita, joissa olet omaksunut talouteen liittyvän tiedon tai oivaltanut jotain numeroista, tuotoista, kuluista, varoista, veloista, tuloslaskelmasta, taseesta, budjetista ynnä muusta sellaisesta. Mitä puhuja teki tai sanoi tuollaisessa onnistuneessa viestintätilanteessa? Toisin sanoen mitkä seikat johtivat tiedon omaksumiseen tai oivallukseen?
- 6 Miten talousjohtaja voi auttaa sinua ymmärtämään esim. tilinpäätöslaskelmia?
- 7 Miten seurakunnan talousviestintää voi kehittää?