

**SIIVOUSALAN JA TELEMARKKINOINNIN TYÖPAIKKAILMOITUKSET TEKS-
TILAJINA**

Jan Hokkanen
Pro gradu -tutkielma
Itä-Suomen yliopisto
Suomen kieli
Toukokuu 2018

ITÄ-SUOMEN YLIOPISTO – UNIVERSITY OF EASTERN FINLAND

Tiedekunta – Faculty		Osasto – School	
Filosofinen tiedekunta		Humanistinen osasto	
Tekijä – Author			
Jan Hokkanen			
Työn nimi – Title			
Siivousalan ja telemarkkinoinnin työpaikkailmoitukset tekstilajina			
Pääaine – Main subject	Työn laji – Level	Päivämäärä – Date	Sivumäärä – Number of pages
Suomen kieli	Pro gradu -tut- kielma	x	23.5.2018
	Sivuainetutkielma		
	Kandidaatin tut- kielma		
	Aineopintojen tut- kielma		
Tiivistelmä – Abstract			
<p>Tutkielmassa tarkastellaan vaikuttamisen kielellisiä keinoja siivousalan ja telemarkkinoinnin työpaikkailmoituksissa. Aineistona käytetään 25 siivousalan työpaikkailmoitusta ja 25 telemarkkinoinnin työpaikkailmoitusta, jotka on kerätty julkisten työ- ja elinkeinopalveluiden verkkosivuilta. Tutkielmassa selvitetään kielen metafunktioiden tasoilla, millaisia aineiston työpaikkailmoitukset ovat ja millaisia ovat niiden työnantaja, työnkuvaus ja ihannehakija.</p> <p>Työpaikkailmoitukset koostuvat kahdeksasta funktionaalisesta osasta, jotka ovat otsikko, työnantajan esittely, työnkuvaus, ihannehakijan esittely, työnhaun tiedot, erillinen aloitus, erillinen lopetus ja erillinen lisätieto. Otsikot sijaitsevat aina ensimmäisenä, ja lopetukset ovat viimeisenä. Muiden osien sijainneissa on vaihtelua. Funktionaalisista osista työnantajan esittely, työnkuvaus ja ihannehakijan esittely ovat keskeisessä asemassa, kun tutkitaan niihin kirjoittuvaa työnantajaa.</p> <p>Työnantajakuva muodostuu erilaisten kielellisten keinojen kautta. Työnantajaa kategorisoidaan tietyn alan ammattilaiseksi rajaavilla kategorioilla, jotta työnantajasta muodostuu selkeä mielikuva. Työnantaja on aineistossa ehdottaja, vaatija ja lupaaaja, eikä muiden roolia korosteta. Tekstin lähettäjä ja työnantaja muodostavat yhdessä ”me”-ryhmän, johon tekstin vastaanottajakin halutaan mukaan.</p> <p>Työnkuvaa rajataan kategorioilla, mutta ei yhtä selkeästi kuin työnantajaa. Työtä kuvataan luvalliseksi ja mahdolliseksi sen sijaan, että esitetään vaatimuksia. Työnkuvauksissa tekstin vastaanottajalle luvataan asioita, joita saa hän voi työssä saada. Työnkuva esitetään joustavana, jolloin vastaanottajan tarpeitakin huomioidaan.</p> <p>Ihannehakijaa kuvataan rajaamattomilla kategorioilla, jotka ovat joustavampia kuin työnantajan ja työnkuvan kategoriat. Työnantaja voi ehdottaa vastaanottajalle, että työ soveltuu esimerkiksi opiskelijalle tai toisen työn oheen, mutta näitä ei vaadita. Sen sijaan työnantaja esittää työnhakijalle vaatimuksia, joita ihannehakijalla on oltava, kuten ajokortti. Tekstiin kirjoittuva ihannehakija on malli siitä, millainen ideaali työntekijä on työnantajan mielestä.</p>			
Avainsanat – Keywords			
rekrytointi, systemis-funktionaalinen kieliteoria, uusi retoriikka, vaikuttaminen, kielen metafunktiot			

ITÄ-SUOMEN YLIOPISTO – UNIVERSITY OF EASTERN FINLAND

Tiedekunta – Faculty		Osasto – School	
Philosophical Faculty		School of Humanities	
Tekijä – Author			
Jan Hokkanen			
Työn nimi – Title			
Text type of cleaning sector and telemarketing job advertisements			
Pääaine – Main subject	Työn laji – Level	Päivämäärä – Date	Sivumäärä – Number of pages
Finnish language	Pro gradu -tutkielma	23.5.2018	66 + appendices 8 pages
	Sivuainetutkielma		
	Kandidaatin tutkielma		
	Aineopintojen tutkielma		
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>This study focuses on the influential use of language in cleaning sector and telemarketing job advertisements. The study material includes 25 cleaning sector job advertisements and 25 telemarketing job advertisements which have been collected from the website of public employment and business services. The goal of this study is to investigate the text type of the job advertisements and how the employer, the job description and the ideal job applicant are presented in the text.</p> <p>Job advertisements are formed of eight functional components. These components are a headline, an introduction of the employer, a job description, a presentation of an ideal job applicant, job search information, an opening, an ending and further details. A headline is always the first component, and an ending is always the last component. The locations of the other components have variation. In this study, the most significant components are the introduction of the employer, the job description and the presentation of an ideal job applicant.</p> <p>The employer image is formed of different linguistic measures. To form a clear employer image, the employer is categorized through particularization as a professional of a specific field. The employer is a proposer, the one who demands and the one who gives promises. Other roles are less prominent in the study material. The sender of the text and the employer together form a “we”-group in which the recipient of the text is welcome to join.</p> <p>The job description is also categorized through particularization but unlike the employer image, the categories are not as restrictive. The job is described as permissible and possible instead of presenting it as a requirement. The sender of the text promises several things which the recipient can receive as a new employee. The job description is presented as adaptable, therefore taking the recipient into account.</p> <p>The ideal job applicant is described through particularization, but the categories formed are more adaptable than those of the employer and the job description. The employer can suggest that the job is suitable for students or as a sideline, but these are not requirements. The employer does present certain requirements which the ideal job applicant must have, such as driver’s license. The ideal job applicant is a model of an ideal employee.</p>			
Avainsanat – Keywords			
recruiting, systemic functional grammar, new rhetoric, influencing, metafunctions			

Sisällys

1 JOHDANTO.....	1
1.1 Tutkimuksen taustaa	1
1.2 Tutkimuksen tavoitteet	3
1.3 Tutkielman eteneminen	4
2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS	5
2.1 Systemis-funktionaalinen teoria	5
2.2 Uusi retoriikka	7
2.3 Keskeisimmät käsitteet	10
3 AINEISTO JA MENETELMÄT	13
3.1 Tutkimusaineisto	13
3.2 Tutkimusmenetelmät	14
4 TYÖPAIKKAILMOITUKSEN FUNKTIONAALISET OSAT.....	16
4.1 Kokonaisrakenne ja tyyli	16
4.2 Otsikko.....	17
4.3 Työnantajan esittely.....	19
4.4 Työnkuvaus	23
4.5 Ihannehakijan esittely	25
4.6 Työhaun tiedot.....	28
4.7 Aloitukset, lopetukset ja lisätiedot.....	29
5 VAIKUTTAMISEN KIELELLISET KEINOT	32
5.1 Kategorisointi	32
5.1.1 Työnantajan kategoriat.....	32
5.1.2 Työnkuvauksen kategoriat	37
5.1.3 Ihannehakijan kategoriat	42
5.2 Persoona ja modaalisuus.....	44
5.2.1 Työnantajan <i>me</i> ja vastaanottajan <i>sinä</i>	44
5.2.2 Ohjaileva työnantaja	47
5.2.3 Lupaava työnantaja	51
5.2.4 Vaativa työnantaja	54
5.3 Rakenteelliset keinot.....	55
5.3.1 Listat	55
5.3.2 Toistot	58
6 LOPUKSI.....	60
LÄHTEET	63
LIITE: ESIMERKKEJÄ AINEISTOSTA	

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen taustaa

Tutkin pro gradu -tutkielmassani siivousalan ja telemarkkinoinnin työpaikkailmoituksia, jotka olen kerännyt työ- ja elinkeinopalveluiden verkkosivuilta. Molemmilla aloilla työntekijöitä tarvitaan koko ajan lisää, ja aineistoni perusteella ilmoituksia suunnataan ammattilaisille, opiskelijoille, alanvaihtajille, jo työssä oleville sekä tietenkin työttömille työnhakijoille. Telemarkkinoijista on aina ollut pulaa, mutta nykyään myös erilaisten toimialojen siivoojista, kuten laitos-siivoojista, on pulaa (Ammattibarometri 2018). Kiinnostuin näiden alojen työpaikkailmoituksesta siksi, että molemmat alat ovat heikosti palkattuja (Puhelinpalveluja ja yhteyskeskuksia koskeva työehtosopimus 2016; Kiinteistöpalvelualan työehtosopimus 2017), joissa palkka ei välttämättä vastaa työmäärää. Työn vaatimukset ovat myös erilaisia. Esimerkiksi siivousalan ilmoitukset vaativat usein fyysistä kuntoa, kun taas telemarkkinoinnin työpaikkailmoituksissa vaaditaan kilpailuhenkisiä työnhakijoita. Ilmoitukset hyödyntävät useita erilaisia vaikuttamisen keinoja, joilla pyritään konstruoimaan työpaikka sellaiseksi, johon kannattaa hakea niin pian kuin mahdollista. Haluan siis tietää, millaisin kielellisin vaikuttamisen keinoin tekstit pyrkivät vaikuttamaan lukijaansa sekä pohtia kielellisen vaikuttamisen keinojen suhdetta työpaikkailmoitusten tekstilajiin.

Työpaikkailmoitukset ovat arjen tekstejä, joilla ilmoitetaan avoimista työpaikoista. Työpaikkailmoitukset ovat tekstilajina lähellä työhakemuksia sekä ansioluetteloita. Ajat ovat muuttuneet siitä, kun ilmoitukseksi on riittänyt pelkästään ammattinimike ja yhteystiedot. 2000-luvun työpaikkailmoitukset ovat kuin yrityksen omia mainoksia, joiden kieli muistuttaa tiedottamista ja mainontaa (Lavón 2001: 15). Riikka Komulainen (2006) on tutkinut pro gradu -tutkielmassaan työpaikkailmoituksia vuosilta 1955 ja 2005 ja toteaa tuloksissaan, että työpaikkailmoitukset ovat rakenteellisesti ja funktionaalisesti muuttuneet yritysten mainoksiksi. Työpaikkailmoituksia ei ole enää tarkoitettu vain siihen, että löydetään uusi työntekijä, vaan sen lisäksi niiden tarkoituksiksi on muodostunut työnantajakuvan ja imagon parantaminen (Lavón 2001: 7). Työpaikkailmoituskanavat ovat monipuolistuneet, eikä työpaikkailmoituksia esiinny enää vain sanomalehdissä. Julkisten työ- ja elinkeinopalveluiden verkkosivujen lisäksi työpaikoista voi ilmoittaa erilaisilla rekrytointiin erikoistuneilla verkkosivuilla, työnantajan omilla sivuilla tai myös mobiilisovelluksilla. Suhteiden merkitys on kasvanut voimakkaasti rekrytoinnissa, ja siksi opiskelijoitakin kannustetaan muodostamaan verkostoja, joiden kautta voi päästä työelämään helpommin. Työnhakijat eivät ole enää ainoita kilpailijoita, vaan myös työnantajat kilpailevat parhaimmista työntekijöistä (Helsingin Sanomat 29.10.2017: Lavón 2001: 7), ja

siksi työpaikkailmoitukseen kannattaa panostaa, jotta sen esittämä sisältö muuttuu houkuttelevaksi.

Riikka Komulainen (2006), Reija Jousjärvi (2016) ja Marketta Virta (2016) ovat tutkineet työpaikkailmoitusten rakennetta. Komulaisen pro gradu -tutkielma tutkii työpaikkailmoituksille ominaista rakennetta ja muutosta 50 vuoden aikana. Kun työpaikkailmoitukset ovat sisältäneet vuonna 1955 vain ammattinimikkeen ja yhteystiedot, vuonna 2005 työpaikkailmoitukset ovat monipuolistuneet. Työpaikkailmoitukset sisältävät useita muita funktionaalisia osia, ja osat ovat pidentyneet eli työpaikkailmoitusten sanamäärä on kasvanut. Työpaikkailmoituksista on tullut yritystensä mainoksia, ja ne tähtäävät työnhakijoiden houkuttelemiseen ja yritysten imagon parantamiseen. Työpaikkailmoituksista on tullut vaativampia ja ohjailevampia, ja modaalin aines on kasvanut. Tekstiin kirjoittuvat roolit ovat muuttuneet siten, että lukijan ja kirjoittajan persoonia tuodaan esiin enemmän. Valtasuhteissa ei ole silti tapahtunut muutosta, sillä lukijalla on edelleen passiivinen vastaanottava rooli. (Komulainen 2006.)

Toisin kuin Komulainen, Jousjärvi on tutkinut yksittäisen alan, IT-alan, työpaikkailmoituksia. Tutkimuksen tarkoituksena on ollut selvittää IT-alan työpaikkailmoitusten tekstilaji ja osallistujien rooli työpaikkailmoituksissa. Jousjärvi havaitsee IT-alan ilmoituksissa kymmenen funktionaalista jaksoa, jotka ovat visuaaliset osat, otsikko, haku, yritysesittely, työtehtävät, hakijan kuvaus, tarjous, sijainti, lisätiedot ja työn hakeminen. Näistä kymmenestä osasta vain viisi ovat pakollisia osia: otsikko, haku, sijainti, työn hakeminen ja yritysesittely. Jako pakollisiin ja valinnaisiin osiin on tehty esiintymistiheyden perusteella. Osallistujia Jousjärvi näkee olevan tavallisesti kaksi: yritys ja potentiaalinen hakija. Jos työpaikkailmoitus on vuokratyöpaikka, osallistujia voidaan nähdä olevan kolme. Kolmas osallistuja olisi siis rekrytointiyritys. Rekrytoivaan yritykseen viitataan monikon 1. persoonalla ja potentiaalista hakijaa sinutellaan. Erityisenä huomiona Jousjärvi näkee sen, että aineistossa viitataan miessukupuoleen 17 kertaa ja naissukupuoleen kerran. (Jousjärvi 2016.)

Virta tutkii pro gradu -tutkielmassaan työpaikkailmoitusten adjektiivien semantiikkaa ja rakennetta. Tutkimus on vertailevaa, sillä tarkoituksena on selvittää eroja eri alojen adjektiivien välillä. Adjektiivit ovat pääosin adjektiivijohdoksia tai sanaliittoja. Asiantuntijoita kuvataan luonteenpiirteitä kuvaavilla adjektiiveilla, joista on hyötyä erityisesti työelämässä. Palvelualojen adjektiiveissa korostetaan ominaisuuksia, jotka ovat tärkeitä ihmissuhteissa. Maatalous- ja teollisuusaloilla kuvataan hankittuja ominaisuuksia. Työtehtävissä korostuu houkuttelevuus ja vaativuus, kun taas työpaikkaa ja työyhteisöä kuvataan adjektiiveilla, jotka korostavat pätevyyttä ja ominaisuutta. Myös Virta on huomannut työpaikkailmoitusten mainosmaisuuksien. (Virta 2016.)

1.2 Tutkimuksen tavoitteet

Pro gradu -tutkielmani päätavoitteena on kuvailla kielellisen vaikuttamisen keinoja, joilla muodostetaan kuva työnantajasta, työnkuvasta ja ihannehakijasta. Toisena tärkeänä tehtävänä on muodostaa kuvaus aineistoni mukaisesta työpaikkailmoituksesta tekstilajina, jolla on omat funktionaaliset ja kommunikatiiviset osansa. Lähestyn aiheitani systeemis-funktionaalisen kieliteorian ja retoriikan keinoin. Suomen kielen tutkimuksessa rekrytoinnin tekstejä on tutkittu vähän (Koskela 2014: 32), mutta esimerkiksi edellä mainitut Komulainen (2006), Jousjärvi (2016) ja Virta (2016) ovat tutkineet työpaikkailmoituksia. Pro gradu -tutkielmani poikkeaa näistä aineiston ja päämäärän takia. Työpaikkailmoitusten tutkiminen on tärkeää, sillä ilmoitukset sisältävät usein piiloviestejä (Lavón 2001: 15), kuten ”oma auto ei ole välttämätön, mutta se on eduksi” tarkoittaa sitä, että kahdesta haastateltavasta autollinen valitaan todennäköisesti enemmän kuin autoton.

Tarkastelen aineistostani erityisesti tekstin työnantajaa, työnkuvaa ja ihannehakijaa, jotka rakentuvat tekstin eri osista. Tutkimuskysymykseni ovat:

1. Millaisia ovat siivousalan ja telemarkkinoinnin työpaikkailmoitukset? Millaisista funktionaalisista osista ne voivat koostua?
2. Millaisilla kielellisen vaikuttamisen keinoilla aineistoni työpaikkailmoituksissa pyritään vaikuttamaan tekstin vastaanottajaan? Millaisia tekstien esittämät työnantajat, työnkuvat ja ihannehakijat ovat?

Vaikka päätavoitteeni on kuvata kielellisiä vaikuttamisen keinoja, minun on ensin vastattava kysymykseen siitä, millainen aineistoni työpaikkailmoitus on. Analyysini osoittaa, että tekstilajin rakenteellisella osalla on merkitystä vaikuttamisessa. Toisen kysymyksen tarkentava kysymys on hyvin tärkeä. Työpaikkailmoituksella on merkitystä työnantajakuvan rakentumisessa, sillä työnantaja haluaa olla houkutteleva (Lavón 2001: 7), ja työnkuva on tärkeä työnhakijalle. Mitä enemmän työnkuvasta kerrotaan, sitä paremmin se kuvaa todellisuutta. Työpaikkailmoitukseen rakentuu kuva työnhakijasta, mutta se on työnantajan määritelmä ihanteellisesta hakijasta, jota kutsun ihannehakijaksi.

1.3 Tutkielman eteneminen

Luvussa 2 esittelen tutkimukseni teoreettista viitekehystä. Tärkeimmät teoriat ovat systeemis-funktionaalinen kieliteoria sekä uusi retoriikka. Systeemis-funktionaalinen teoria tarjoaa tekstilajitutkimukseen soveltuvia välineitä, kuten kielen metafunktioiden tasojen tarkastelua analyysissä ja ajatus yleisestä rakennepotentiaalista, jolla viitataan tekstilajin ominaisrakenteeseen ja sen osiin. Uusi retoriikka tukee systeemis-funktionaalista tarkastelua, sillä se tutkii erityisesti vaikuttamista teksteissä.

Luvussa 3 esittelen tutkimusaineistoni ja -menetelmäni. Aineistoni koostuu 50 työpaikkailmoituksesta, joista puolet on siivousalan työpaikkailmoituksia ja puolet telemarkkinoinnin työpaikkailmoituksia. Aineistoani ei ole enää olemassa kokonaisuudessaan verkossa, joten liitän osan aineistostani tutkielmani loppuun. Tutkimusmenetelmäni pohjautuvat kielen meta-funktioihin ja retoriseen analyysiin. Jaksoanalyysillä jaan aineistoni funktionaalsiin osiin, joilla jokaisella on oma tehtävänsä kokonaisuuden kannalta. Metafunktioiden tasojen ja retorisen analyysin avulla tutkin niissä esiintyvää vaikuttamista.

Luvussa 4 esittelen aineistoni työpaikkailmoitusten kokonaisrakennetta ja funktionaalisia osia. Hyödynnän osien nimityksissä Riikka Komulaisen (2006) pro gradu -tutkielmaa sekä Anneli Kauppisen, Jyrki Nummen, Tea Savolan ja Marja Hännisen (2000) oppikirjaa. Aineistoni ilmoitukset koostuvat otsikosta, työnantajan esittelystä, työnkuvauksesta, ihannehakijan esittelystä, työnhaun tiedoista, aloituksista, lopetuksista ja lisätiedoista, ja ne kaikki toteuttavat nimityksensä mukaista tehtävää. Ihannehakijan esittely on siitä poikkeuksellinen osa, että sen osia voi olla missä tahansa osassa ikään kuin omana pienenä sisäjaksonaan. Se on kuitenkin nähtävissä erillisenä osana siksi, että sen tehtävänä on johdatella kaikkia tekstin vastaanottajia olemaan tietynlainen saadakseen työtehtävän. Muut osat eivät ole samanlaisessa tehtävässä, vaan ne antavat tietoa työtehtävästä ja työnantajasta.

Luvussa 5 perehdyn tarkemmin kolmen osaan, työnantajan esittelyyn, työnkuvaukseen ja ihannehakijan esittelyyn. Tutkin näissä osissa kategorisointia, modaalisuutta ja persoonaa sekä rakenteellisia ominaisuuksia. Kategorisoinnin voi nähdä toteuttavan ideationaalista meta-funktiota, modaalisuuden intersubjektuaalista meta-funktiota ja rakenteellisten ominaisuuksien tekstuaalista meta-funktiota. Luvussa 6 kokoan lopulta tulokset yhteen selkeään lukuun.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

2.1 Systemis-funktionaalinen teoria

Systemis-funktionaalinen teoria on M. A. K. Hallidayn kehittänyt teoria, jonka lähtökohdaksi on kielen sosiaalisuus ja funktionaalisuus. Kielellä ilmaistaan tunteita, asenteita, arvoja sekä välitetään tietoa eteenpäin. Ihminen toimii sosiaalisessa yhteisössä, ja kieli on yksi sosiaalisen toiminnan muoto. Halliday on itse kuvannut teoriaansa käytännönläheiseksi, sillä se ei ole abstrakti teoria vaan tapa tehdä asioita. (Heikkinen 1999: 21; Luukka 2002: 89; Shore 2012a: 131.) Kieli ei ole jonkinlainen abstrakti irrallinen kokonaisuus, vaan se on perustava osa ihmistä ja vuorovaikutusta ihmisten välillä.

Teoria koostuu kolmesta peruselementistä, jotka ovat konteksti, teksti ja systeemi. Sillä kuvataan näiden peruselementtien kietoutumista toisiinsa eli kieli ja kielenkäyttö osana ihmisen sosiaalista toimintaa. (Luukka 2002: 90.) Konteksti tai tarkemmin tilannekonteksti tarkoittaa sitä, että kieli toimii tietyssä tilanteessa tietyllä tavalla. Se on semioottinen rakennelma siitä kulttuurista, jossa ihmiset toimivat. Tilannekonteksti mahdollistaa tietyt kielivalinnat, jotka koskevat juuri sitä tilannetta, jossa kieltä käytetään. (mts. 99.)

Tilannekontekstin kuvaamiseen voidaan käyttää kolmea abstraktia muuttujaa, jotka ovat ala, osallistujaroolit ja kielen ilmenemismuoto. Ala on toimintaa, jonka osana teksti on ja joka voidaan tunnistaa sosiaalisesti toimintamuodoksi. Siitä voidaan erottaa vielä kaksi erilaista alaa eli toiminnan ala ja sisällön ala. Osallistujaroolit viittaavat kaikkiin sosiaalisiin rooleihin, jotka ovat tilanteen kannalta merkittäviä, mutta on erotettava toisistaan sosiaaliset roolit ja kielelliset roolit. Sosiaaliset roolit ovat niitä rooleja, jotka ovat kielestä riippumattomia, kun kielelliset roolit ovat kieleen sidottuja, kuten puhuja tai kuulija. Ilmenemismuodolla tarkoitetaan sitä, millaisena kieli toimii tilanteessa. Kieli voi olla kirjoitettua tai puhuttua, se voi olla argumentoivaa tai kuvailevaa, ja se voi olla tilannesidonnaista. (Shore 2012a: 135; Ventola 2006: 102.) Kolme muuttujaa voivat olla vaikeasti hahmotettavia, mutta esimerkiksi alaa voisi ilmaista telemarkkinointitilanne, osallistujina olisivat asiakas sekä myyjä ja ilmenemismuotona puhuttu kieli ja vakuutteleva tyyli.

Tekstillä Halliday tarkoittaa lingvististä sosiaalisen kanssakäymisen muotoa. Teksti on semanttisen valinnan prosessi, jossa merkitykset yhdistyvät ajallisesti peräkkäin sekä samanaikaisesti. Merkitykset ovat valintoja, joita kielenkäyttäjä tekee lähes loputtomasta merkitysvaivannosta. Tekstit ovat ihmisten välisen vuorovaikutuksen kielellisiä muotoja, joita pitää tutkia kokonaisina eikä yhteyksistään irrotettuina. Tekstejä voi ajatella tuotoksina ja prosesseina. Tekstit tuotoksina voivat toimia malleina muille teksteille. (Heikkinen 2012: 65–66.) Tekstit

eivät ole vain kirjoituksia, vaan myös erilaiset puhutut aineistot ovat tekstejä. Ne ovat kielenkäytön perusyksikköjä, jotka voivat olla esimerkiksi puhutussa kielessä yksi sana tai suurempi katkelma kirjoitetusta tekstistä, jolla on jonkinlainen merkitys. (Luukka 2002: 98.)

Systeemillä tarkoitetaan merkityspotentiaalia. Kieli on systemaattinen resurssi, joka palvelee merkityksenantoa. Systeemisyys erottaa SF-teorian muista funktionaalisista suuntauksista siten, että kieltä tarkastellaan valintojen ja vaihtoehtojen näkökulmasta. Kielenkäyttäjän ammentaa merkityspotentiaalista niitä merkityksiä, joita tilanne vaatii. Kyse ei ole synnynnäisestä vaan sosiaalisesta ilmiöstä. Kieli on avoin ja muuntuva systeemi, jota ihmiset hyödyntävät tehdessään kielellisiä tekoja ja ilmaistessaan merkityksiä. (Luukka 2002: 104–105.) Merkityspotentiaaliin kuuluu esimerkiksi tilanne, jossa joku tarjoaa toiselle jotakin, ja tarjouksen vastaanottajalla on mahdollisuus valita kielestä jokin tilanteeseen sopiva sana tai lause.

SF-teoriaan kuuluu myös käsite rekisteri. Kieli on merkityspotentiaali, systeemi, mutta rekisteri on tilanteeseen sidottu osapotentiaali. Tietyissä tilanteissa tuotetaan tekstiä sille ominaisella tavalla, kuten keskustellessa politiikasta, ja tämä tilanteinen kielenkäyttö on rekisteriä. Rekisteri on rinnastettavissa tekstilajiin, mutta ei genreen, sillä genreä käytetään nykyään myös kielen ulkopuolisista tilannetyypeistä. Ruqaiya Hasan on esitellyt käsitteen *rekisterin yleinen rakennepotentiaali*, johon Hasanin mukaan kuuluu jaksoja, jotka ovat välttämättömiä tekstin tunnistamisessa tietyksi lajiksi, ja valinnaisia osia, jotka eivät määrittele tekstin lajia. Rakennepotentiaaliin kuuluu myös näiden jaksosten sijainnit ja esiintymistiheys. (Mäntynen 2006: 48; Shore 2012a: 134, 149–150.)

SF-teoriassa kielen funktionaalisuus on kielen perustava periaate. Jokainen lause tekstissä on monifunktionen. Monifunktionaalisuutta tuodaan esiin kielen metafunktioilla, jotka ovat ideationaalinen, intersubjektivaalinen ja tekstuaalinen metafunktio. (Heikkinen 1999: 40.) Kielen metafunktiot eivät kuitenkaan toimi itsenäisinä irrallisina osina, vaan jokainen ilmaus on samanaikaisesti kaikkien metafunktioiden merkityksen realisoituma (Luukka 2002: 103). Ideationaalisella metafunktiolla konstruoidaan todellisuutta. Ideationaalisen metafunktion voi jakaa kahteen alametafunktioon, eksperimentaaliseen ja loogiseen metafunktioon. Kun kieltä tarkastellaan eksperimentaalista näkökulmasta, kiinnitetään huomiota leksikaalisiin valintoihin ja niiden välisiin suhteisiin. Myös maailmaa konstruoivat lausetyypit kuuluvat tähän. Looginen metafunktio on laajempien yhdistelmien tarkastelua eli miten lauseita ja lausekkeita kytketään toisiinsa. (Shore 2012a: 146–147.) Esimerkiksi lauseessa *lapsi potkaisi palloa* ideationaalisuutta ilmaisee aktiivisen tekijän nimeäminen tai kategorisointi lapseksi, potkaisun toiminta ja pallo kohteena. Koko lause konstruoii maailmaan todellisen tilanteen, jonka tekstin vastaanottaja ymmärtää.

Interpersoonainen metafunktio käsittää modaalisuuden ja vuorovaikutussuhteiden yläpidon. Kielellä voidaan ilmaista suhtautumista sanottuun, onko se toivottavaa, mahdollista vai mahdotonta. Tekstillä voi olla puhuja, kysyjä, vaatija tai tiedon antaja. Interpersoonainen metafunktio kattaa siis kaiken sellaisen kielenkäytön, joka mahdollistaa itseilmaisun ja sosiaalisen kanssakäymisen. (Luukka 2002: 102–103; Shore 2012a: 147–148.) Tekstuaalinen metafunktio kattaa kaiken sellaisen kielen, jolla tekstistä muodostetaan koherentti kokonaisuus. Tekstuaalisuudessa on kyse tekstin ja tilanteen suhteesta. Tämä ilmenee siten, että sanottu on relevanttia ja yhteydessä kontekstiinsa. Teema-reema-jaottelu sekä informaationkulku kuuluvat tekstuaaliseen metafunktioon (Heikkinen 1999: 150; Luukka 2002: 103.) Interpersoonaisuus tulee ilmi lauseessa *lapsi saattaa potkaista palloa* erityisesti modaalisella verbillä *saattaa* sekä elollista osallistujaa kuvaavalla sanalla *lapsi*. Tekstuaalinen taso ilmenee siten, että tilanne saattaa olla tapahtumassa leikkikentällä, ja joku toteaa lauseen esittämän asian.

Tilannekontekstin muuttujat korreloivat kielen metafunktioiden kanssa. Hallidayn teoriaan kuuluu metafunktionaalinen hypoteesi, jonka mukaan ala todentuu ideationaalisissa valinnoissa. Osallistujaroolit todentuvat interpersoonaisissa valinnoissa, kuten modaalisissa lauseytypeissä tai persoonavalinnoissa. Tekstuaaliset valinnat, esimerkiksi sidosten valinnat, ovat ilmenemismuodon realisoitumia. Metafunktionaalisen hypoteesin avulla voi ennakoida kielenvalintoja tai päätellä puhutusta tai kirjoitetusta tekstistä, mikä tilannekonteksti on kyseessä. (Shore 2012a: 148–149.)

2.2 Uusi retoriikka

Systeemis-funktionaalisen teorian lisäksi teoreettiseen viitekehukseen kuuluu retoriikka, tarkemmin määriteltynä uusi retoriikka. Uusi retoriikka soveltuu hyvin tekstilajin tutkimukseen juuri siksi, että uusi retoriikkakin on funktionaalista. Kielenkäyttö nähdään tavoitteellisena, etenkin silloin, kun teksti pyrkii vaikuttamaan vastaanottajaan. (Mäntynen & Sääsکیlahti 2012: 206.) Työpaikkailmoitukset pyrkivät vaikuttamaan vastaanottajaan, ja siksi uusi retoriikka tarjoaa hyviä välineitä analyysin tueksi.

Uusi retoriikka pohjautuu perinteiseen retoriikkaan, mutta keskittyy tarkastelemaan tekstejä nimenomaan vaikuttamisen näkökulmasta eikä vain tyylikeinona tai puhetaitona. Retoriikka sai alkunsa antiikin Kreikassa, mutta retoriikkaa on tarkasteltu ennen kaikkea puhetaitona, kunnes kirjoitettu viestintä yleistyi. 1800-luvun ja 1900-luvun vaihteessa klassisen retoriikan perinne katkesi, kun retoriikasta tuli osa puheviestintää, klassista filologiaa ja yhteiskuntafilosofiaa. *Uusi* retoriikkaa viittaa 1900-luvun puolivälin jälkeiseen retoriikan paluuseen, ja

se korostaa kaiken yhteiskunnallisen elämän retorisuutta. Uudelle retoriikalle on ominaista se, että argumentoinnilla pyritään yhteisymmärrykseen useiden vaihtoehtoisten päätelmien tai uskomusten välillä. Kyseessä on inhimillinen päättely loogisen ja formaalin päättelyn sijaan. Toisin kuin perinteinen retoriikka, uusi retoriikka on analyyttistä ja kuvailevaa. Suomalaisessa kielentutkimuksessa uutta retoriikkaa on hyödynnetty juuri tietyn tekstilajin tarkastelussa, ja uusi retoriikka sopii yhteen tekstilajitutkimuksen kanssa sekä täydentää sitä. (Mäntynen & Sääskilahti 2012: 195–196.)

Uusi retoriikka korostaa kielenkäytön konteksti- ja tilannesidonnaisuutta. Konteksti käsitetään hieman eri tavalla ja puhutaankin retorisesta tilanteesta, johon kuuluu puhuja, yleisö ja foorumi (Kakkuri-Knuutila 1998: 235). Retorisen tilanteen foorumi on puhe- tai julkaisutilanne ja -ympäristö, ja yleisöllä tarkoitetaan tekstiin kirjoittuvaa vastaanottajaa. Yleisön merkitystä korostetaan, sillä kuitenkin tekstit tuotetaan jollekin luettavaksi tai kuultavaksi. Kielitieteessä yleisöä on käsitelty esimerkiksi John Swalesin käsitteellä diskurssiyhteisö. Samassa yhteisössä tuotettujen tekstien yleisöön kuuluu jokainen diskurssiyhteisön jäsen. Tekstin vastaanottaja ei ole vain passiivinen vaan aktiivinen palautteenantaja. Tekstin vastaanottajan oletetaan myös tuottavan itsekin tekstejä. Swales on tutkinut lähinnä akateemisia tekstejä, joten diskurssiyhteisön käsite ei välttämättä sovellu sellaisten tekstien tutkimiseen, joissa yritetään vaikuttaa laajaan yleisöön. Retoriikassa yleisö nähdään lähinnä vain vaikuttamisen kohteena, mutta yleisön rooli on kuitenkin aktiivinen, sillä yleisö kuitenkin todennäköisesti arvioi vastaanottamaansa tekstiä ja päättää, vaikuttaako teksti omaan toimintaan millään tavalla. (Mäntynen & Sääskilahti 2012: 197–199.)

Puhujan ja yleisön välinen suhde on keskeistä vaikuttamaan pyrkivien tekstien tarkastelussa. Puhutuissa teksteissä on mahdollista tutkia suhdetta tarkemmin, jos kyseessä on vuorovaikutus, kuten julkiset väittelyt tai televisiossa käydyt keskustelut. Kirjoitetuissakin teksteissä tämä onnistuu, jos tekstit ovat osa suurempaa julkista keskustelua, esimerkiksi mielipidekirjoitukset samasta aiheesta. Sen sijaan teksteissä, joissa elävää yleisösuhdetta ei voi tarkastella, voidaan eritellä sitä, kuka tai mikä on tekstin vastaanottaja, ja ketä teksti pyrkii vakuuttamaan. (Jokinen 1999: 128–129.) Työpaikkailmoituksista ei voi tarkastella elävää yleisösuhdetta, koska ne eivät ole osa jotakin suurempaa yhteiskunnallista keskustelua. Niistä voi kuitenkin eritellä mahdollisia vastaanottajia, joita eivät ole vain työttömät työnhakijat, vaan myös esimerkiksi opiskelijat ja alanvaihtajat.

Sekä uudelle retoriikalle että genreanalyysille on ominaista sosiaalisen konstruktivismin piirteet (Mäntynen & Sääskilahti 2012: 197; ks. Pietikäinen & Mäntynen 2009: 11–15). Kieli rakentaa ja merkityksellistää todellisuutta, ja erilaiset valinnat johtavat erilaisiin lopputuloksiin. Kielellä vaikuttamisen perustavoite on sanoa asiat niin, että niistä rakentuu

houkutteleva kuva. Muoto ja sisältö ovat erottamattomia kuten funktionaalisessa kielentutkimuksessa, ja retorista analyysia voi hyödyntää osana analyysia, koska se ottaa huomioon sekä sisällön että sen, miten sisältö ilmaistaan. Uuden retoriikan ja funktionaalisen lähestymistavan kielinäkemykset ovat samankaltaisia, joten ne sopivat saman tutkimuksen sisään. Tekstien kokonaisrakennetta ei tarkastella samalla tavalla retoriikassa, mutta retoriikan näkökulmasta tietyt kohdat tekstistä voivat olla tekstin lähettäjälle tai vastaanottajalle funktionaalisesti tärkeämpiä. (Mäntynen & Sääsilahti 2012: 199–200.)

Kategorisointi liittyy vahvasti todellisuuden rakentumiseen. Se on osa faktan konstruointia, jolla tarkoitetaan niitä keinoja, joilla sanottu asia saadaan vaikuttamaan ainoalta oikealta vaihtoehdolta (Potter 1996: 112–113). Kategorisointi ei ole viatonta, sillä erilaiset kategoriat määrittelevät asioita ja henkilöitä jonkinlaisiksi, kuten hyväksi tai pahoiksi, ja kategorisoinnilla voidaan tuoda esiin omaa suhtautumista esiteltyihin asioihin. Kategoriat eivät ole olemassa itsestään, vaan ihmiset itse tuottavat näitä merkityksiä ja tarjoavat niiden muodostamia todellisuuksia toisilleen. Niitä voidaan käyttää esimerkiksi puolustavassa retoriikassa, jolloin *ekoterroristista* tulee *eläinten suojelija*. (Jokinen 1999: 129–130, 142.) Kategorisointi on siis myös retorinen keino.

Puolustava retoriikka on oman position vahvistamista siten, ettei sitä voi kyseenalaistaa. Tähän on tarjolla esimerkiksi edellä mainittu kategorisointi, jolla jostakin asiasta voi tehdä houkuttelevamman. On kuitenkin huomattava, että kategorisointi ei välttämättä ole tietoista eikä tätä pidä edes mennä pohtimaan sen pidemmälle, koska tekstin lähettäjän päähän sisälle ei ole mahdollista päästä. Puolustavan retoriikan rinnalla toimii hyökkäävä retoriikka, ja molemmissa esiintyy samoja retorisia keinoja, joilla omaa positiota vahvistetaan tai toisen positiota heikennetään. (Jokinen 1999: 130–131.)

Retoriikassa on olemassa valtava retoristen keinojen kirjo. Hyödynnän tässä retoristen keinojen listauksessa Jokisen (1999: 132–155) poimintoja erilaisista empiirisistä tutkimuksista. Jokinen (mts. 132) kuitenkin toteaa, että nämä eivät olet ainoita keinoja, sillä analyysi voi tuottaa myös muitakin keinoja. Väitteiden esittäjään keskittyviä retorisia keinoja ovat etäännyttäminen omista intresseistä, puhujakategoriolla oikeuttaminen, liittoutumisasteen säätely ja asiantuntijan lausunnolla vahvistaminen. Puhujakategoriolla oikeuttaminen tarkoittaa sitä, että joillakin puhujakategorioiden on enemmän valtaa tai tietoa asiasta. Lääkäriin antama diagnoosi sairaudesta on luotettavampi kuin opettajan antama diagnoosi. Liittoutumisasteen säätely ilmaisee, miten sitoutunut on esitettyyn asiaan. Selvin esimerkki liittoutumisasteen säätelystä on uutistenlukija, joka kertoo mitä on tapahtunut ja toimii vain sanansaattajana. Asiantuntijan lausunnolla vahvistamisella tarkoitetaan sitä, että omaa asiaa vahvistetaan jonkun arvovaltaisen tahon kommentilla. Omista intresseistä etäännyttämisestä annan konkreettisen esimerkin:

”Olen aina vihannut koiria, mutta mielestäni koirat saavat juosta vapaana talon pihalla”. Esimerkissä väite etäännytetään esittäjän omista intresseistä ja asiasta tulee uskottavampi.

Jokinen (1999: 132–155) esittää myös keinoja, jotka liittyvät itse väitteeseen eikä esittäjään. Tällaisia keinoja ovat tosiasiapuhe, yksityiskohdilla vakuuttaminen, kvantifiointi, metaforat, ääri-ilmaisut ja jo edellä mainittu kategorisointi. Tosiasiapuhe on seurauksellista puhetta, jossa toimijuus kadotetaan. Suomen kielessä passiivi häivyttää toimijuuden, jolloin toiminnasta ja toiminnan kohteesta tulee tärkeämpi. Yksityiskohdilla vakuuttaminen on yleistä salapoliisiromaaneissa, joissa yksityiskohtaisella kerronnalla lukija johdatetaan tapahtumien sisään. Kvantifiointi tarkoittaa ei-numeerista ja numeerista määrällistämistä. Voidaan sanoa, että jokin kohde siivotaan kaksi kertaa viikossa tai muutaman kerran kuukaudessa. Metaforat ovat vertauksia ilman *kuin*-sanaa: *elämä on matka*. Ääri-ilmaisut ovat ilmauksia, jotka joko maksimoivat tai minimoivat kuvauksen kohteen. Ääri-ilmaisuja ovat esimerkiksi *kaikki, jokainen, ei koskaan ja joka kerta*.

2.3 Keskeisimmät käsitteet

Tutkimukseni kannalta merkittäviä käsitteitä ovat konteksti, teksti, kielen metafunktiot ja yleisö eli tekstin vastaanottaja. Tutkimukseeni kuuluvat myös interpersoonaisen metafunktion yhteydessä mainitut modaalisuus ja persoona, joita en ole vielä kuvannut millään tavalla. Modaalisuudesta en analysoi kaikkea mahdollista, vaan huomioin erityisesti direktiivejä. Työpaikkailmoitusten indikatiivimuotoiset väitelauseet ovat direktiivisiä (Komulainen 2006: 59), sillä niiden tarkoitus on ohjata vastaanottajaa. Tällaiset väitelauseet sisältävät esimerkiksi verbin *edellyttää* tai *olla*: *edellyttämme hakijalta* tai *olet ahkera ja positiivinen*.

Modaalisuus on laaja semanttinen alue, jossa keskeistä on arvio asiointilan todenmukaisuudesta ja toteutumismahdollisuuksista. Modaalisilla kielenaineiksilla puhuja ilmaisee varmuutta, epävarmuutta, mahdollisuutta, mahdottomuutta, toivottavuutta, pakollisuutta ja luvalisuutta. Modaalisuuden voi jakaa kolmeen osa-alueeseen: episteeminen, dynaaminen ja deonttinen modaalisuus. Episteeminen modaalisuus perustuu tietoon ja päättelyyn, ja deonttinen modaalisuus käsittää velvollisuuden ja luvan. Dynaaminen modaalisuus ilmaisee mahdollisuutta ja välttämättömyyttä, kun kyseessä on tilanteen sisäiset ja ulkoiset edellytykset. (VISK § 1551.) Esimerkiksi lauseessa *tulen ehkä sinne* modaalisuutta ilmaistaan sanalla *ehkä*, joka ilmaisee mahdollisuutta.

Suomen kielessä on kiteytyneitä modaalisia lausetyyppejä, jotka ovat väite-, kysymys- ja käskylause. Lause vaatii finiittiverbin, ja verbeillä on oma tehtävänsä modaalisuudessa.

Verbin kieliopillistuneita modaalisia keinoja kutsutaan verbin moduksiksi, ja modukset ilmaisevat deonttista ja episteemistä modaalisuutta. Indikatiivinen väitelause voi olla jopa varmempi tai velvoittavampi kuin lause, joka sisältää jonkin muun moduksen tai modaalisen keinon. Modaalisuuteen kuuluu direktiivisyys ja direktiivit, joilla tarkoitetaan lausumia, joilla ohjataan, luvataan ja vaaditaan vastaanottajaa toimimaan tietyllä tavalla. (VISK § 1590, 1645.)

Direktiivit voidaan jakaa suoriin ja epäsuoriin direktiiveihin. Suoria direktiivejä ovat sellaiset lauseet, joissa on esimerkiksi imperatiivi tai eksplisiittinen performatiivi (ks. VISK § 1671). Epäsuoria direktiivejä ovat sellaiset lauseet, joissa on jonkinlainen lingvistinen osoitin, esimerkiksi pakkoa ilmaiseva modaaliverbi. Epäsuoriin direktiiveihin kuuluvat myös sellaiset lauseet, joissa kontekstuaaliset konventiot ohjaavat tulkintaa sen sijaan, että ne sisältäisivät jonkinlaisen modaalisen keinon. (Honkanen 2012: 28–29.) Kun tekstejä tulkitaan, on kiinnitettävä huomiota tekstilajiin ja sen konventioihin, jolloin direktiiviksi voi muotoutua lauseetkin, joissa ei suoranaisesti käsketä tai vaadita mitään.

SF-teoriassa ei puhuta direktiiveistä, vaan lauseista, jotka toteuttavat KÄSKYN (*COMMAND*) puhefunktiota. Hallidayn puhefunktioesitykseen sisältyy ajatus, että kielissä on rajattu joukko lausemalleja, joilla voi ilmaista muutakin kuin niille ominaisia tehtäviä; imperatiivi ei ole aina käsky. (Honkanen 2012: 30–31.) Puhefunktiot eroavat toisistaan siinä, millaisissa puhetilanteissa niitä toteutetaan, sekä siinä, millaisia semanttisia valintoja toteuttaja tekee. Nämä semanttiset valinnat voidaan jakaa kolmeen merkitysulottuvuuteen, joista ensimmäinen liittyy siihen, kenen vastuulle lauseen esittämä toiminta laitetaan. Tekstin vastaanottajasta tulee agentti, kun lause on esimerkiksi käskävä. Toinen ulottuvuus koskee sitä, miten tekstin lähettäjä suhtautuu tai asennoituu sanottuun. Tekstin vastaanottajan vastuulle asetettava teko voidaan ilmaista luvalliseksi tai pakolliseksi, mahdolliseksi tai mahdottomaksi. Toista ulottuvuutta voi yksinkertaistaa ilmaisemalla, että vastaanottajan halutaan suorittavan puhujan tai lähettäjän tahtoa. Kolmas ulottuvuus liittyy aikasuhteeseen lauseessa sanotun ja puhehetken välille. (Honkanen 2012: 34–35.)

Kun direktiivejä tutkii kontekstissaan, SF-teoriassa esitetty yleinen rakennepotentiaali on hyödyllinen. Kun tekstin jaottelee funktionaalsiin osiin, joilla on omat kommunikatiiviset päämääränsä, erilaiset direktiivit heijastuvat osan tehtävissä. (Honkanen 2012: 61.) Työpaik-kailmoituksissa direktiiviset lauseet ja lausemaisat rakenteet toimivat eri tavoin eri osissa. Indikatiiviset väitelauseet voivat ilmaista eri asioita, ja tekstilajin osat määrittelevät direktiivien tehtäviä. Käsittelen seuraavaksi vielä lyhyesti persoonan ilmaisua.

Persoonalla voidaan viitata kieliopilliseen persoonaan, kielessä esitettyyn persoonaan tai tulkinnan edellyttämään tekijään. On esitetty, että persoona-termi pitäisi varata vain kuvaamaan kieliopillista kategoriaa, ja tekemisen suorittajaa pitäisi kutsua tekijäksi ja inhimillistä

oliota henkilöksi. (Pälli 2003: 61–62.) Persoonalla viitataan sekä kieliopilliseen kategoriaan että tekstinsisäisiin osallistujiin. Esimerkiksi monikon 1. persoonan kaikki tunnukset viittaavat tekstin lähettäjään sekä työnantajaan. Yksikön 2. persoona viittaa tekstin vastaanottajaan. Sen sijaan passiivi on vain kieliopillinen kategoria.

3 AINEISTO JA MENETELMÄT

3.1 Tutkimusaineisto

Aineistoni koostuu 50 työpaikkailmoituksesta, joista 25 on siivousalan työpaikkailmoituksia ja 25 telemarkkinoinnin työpaikkailmoituksia. Olen kerännyt aineistoni julkisten työ- ja elinkeinopalveluiden verkkosivuilta. Siivousalan työpaikkailmoitukset ovat ajalta 29.6.2017–31.7.2018, ja telemarkkinoinnin työpaikkailmoitukset ovat ajalta 31.7.–30.9.2018. Aineisto on kerätty sattumanvaraisesti valituista harkinnanvaraisista näytteistä. Tämä tarkoittaa siis sitä, että olen kiinnittänyt huomiota työnantajiin aineiston keruuvaiheessa. Aineistossani ei ole saman työnantajan ilmoituksia, jotta alkuperäisen työpaikkailmoituksen tuottaja ei olisi sama henkilö. Työpaikkailmoitukset ovat julkisesti kaikkien nähtävillä TE-palveluiden verkkosivuilla, joten tutkimuseettisiä ongelmia ei pitäisi olla.

Aineistoni lyhin ilmoitus on 52 sanaa ja pisin 324 sanaa. Aineistoesimerkkeihin merkitsen aina sen työnantajan nimen, jonka työpaikkailmoitus on kyseessä. Muodostan viittauksen aina työnantajan nimestä kokonaan, mutta jätän yhtiömuodot pois. Käytän myös sanaa työnantaja yrityksen sijaan, sillä aineistossani on kolme työpaikkailmoitusta, joiden työnantaja on järjestö. Joukossa on myös vuokratyöpaikkoja, joiden työnantajana on henkilöstövuokrausyritys. En kuitenkaan erikseen analyysissäni huomioi sitä, onko kyseessä henkilöstövuokrausyritys vai ei.

Työnantajat eivät välttämättä ole siivousalan tai telemarkkinoinnin työnantajia. Olen siivousalan aineistoa kerätessä rajannut julkisten työ- ja elinkeinopalveluiden verkkosivuilla ammattiryhmän ja kerännyt aineiston ammattiryhmän ”koti-, hotelli- ja toimistosiiivoajat ym” perusteella enkä työnantajan toimialan perusteella. Telemarkkinoinnin aineiston kanssa olen toiminut samalla tavalla, ja ammattiryhmänä on ”puhelin- ja asiakaspalvelukeskusten myyjät”. Työnantajan toimenkuvaan voi kuulua muitakin toimintoja, mutta avoin työtehtävä on siivousta tai telemarkkinointia.

Aineistoni ei ole enää löydettävissä julkisten työ- ja elinkeinopalveluiden verkkosivuilta. Aineistostani voi löytyä osia muilta rekrytoinnin verkkosivuilta joko kokonaisina työpaikkailmoituksin tai osia ilmoituksista. Analysoin aineistoani tarpeeksi tarkkaan, jotta aineistoni hahmottuisi selkeämmin lukijalle. Analyysin tarkoituksena on myös tuottaa uutta tutkimustietoa aiheesta. Lisään erilliseen liitteeseen mahdollisimman monta ilmoitusta, jotta aineistoa voi verrata omaan analyysiini.

Jokainen aineistoesimerkki on myös kopioitu sellaisena kuin se on ilmoituksessa. En ole siis muokannut aineistoesimerkkejä millään tavalla tai korjannut mahdollisia

kirjoitusvirheitä, koska joissakin tapauksissa kirjoitusvirhe voi olla tarkoituksellinen. Esimerkiksi aineistossani on muutama esiintymää *Suomen kielen taidosta*, mutta en voi olla täysin varma siitä, että se olisi kirjoitusvirhe. Tarkoituksena voi olla korostaa suomen kielen tärkeyttä, vaikka tämä onkin epätodennäköistä.

Työpaikkailmoitukset ovat aina jonkun tai joidenkin ihmisten kirjoittamia, mutta koska en voi tietää, onko taustalla yksi ihminen vai useampi, viittaan kirjoittajaan käsitteellä tekstin lähettäjä. Viittaan myös lukijaan tekstin vastaanottajana, koska kyseessä on kuitenkin jollekin taholle tarkoitettu teksti.

3.2 Tutkimusmenetelmät

Tutkimukseni on kvalitatiivista. Olen kiinnostunut siitä, mitä voi olla, enkä siitä, mitä on pakko olla. Tutkimukseni on teorian tukemaa ja aineistolähtöistä. Teorian metodit kyllä ohjaavat analyysiani, mutta poikkeuksiakin on. Tekstilajeilla ajatellaan olevan välttämättömiä ja valinnaisia osia (Honkanen 2012: 60; Mäntynen 2006: 48; Shore 2012a: 150), mutta välttämättömyyden ja valinnaisuuden sijaan esittelen, mitä kaikkia osia koko aineistostani löytyy ja mikä näiden osien tarkoitus on. Perustelen päätöstäni sillä, että aineistoni tekstit on jo määritelty työpaikkailmoituksiksi ja julkisten työ- ja elinkeinopalveluiden verkkosivuilta (TE-palvelut 2018) löytyy sekä ohjeet työpaikkailmoituksen kirjoittamiseen että valmis lomake, joka määrittää sen, millaiseksi työpaikkailmoitus muotoutuu. Hyödynnän analyysissäni myös retorista analyysia, jonka kohteena ovat teksti ja retoriset keinot eli vaikuttamisen keinot (Kakkuri-Knuutila 1998: 234).

Olen tarkastellut aineistoani sana sanalta. Analyysissäni kiinnitän huomiota sanavalintoihin ja lauseiden esittämiin suhteisiin. Analyysini tukena ovat kielen metafunktiot. Ideationaalaisella tasolla olen tutkinut, miten erilaiset kategoriat toimivat vaikuttamisen keinoina. Myös lauseiden konstruoimat todellisuudet ovat olleet tarkastelun alla. Kategorisoinnin olen myös yhdistänyt retoriikkaan, sillä kun puhutaan ihmisistä, tapahtumista tai asioista, luodaan koko ajan kategorioita. Asioita voidaan ilmaista vaihtelevilla sanavalinnoilla, jotka paljastavat puhujan suhtautumisen sanomaansa asiaan. Erilaiset kategoriat palvelevat erilaisten funktioiden toteutumista, esimerkiksi oikeuttamista tai kritisointia. Kategorioita voidaan myös jakaa osakategorioihin, jolloin yksi kategoria toimii ikään kuin yläkäsitteenä kaikille siitä syntyneille kategorioille. (Jokinen 1999: 141–143.)

Ideationaalisen tason jälkeen olen analysoinut tekstiä interpersoonaisesta näkökulmasta, erityisesti persoonaa ja modaalisuutta. Silloin kysymyksinä ovat, kuka tai ketkä ovat osallistujina, keiden ääni tekstissä kuuluu, miten työnantajaan viitataan, miten työnhakijaan

viitataan ja millaista modaalisuutta aineistossa esiintyy. Retoriikan näkökulma tulee esiin siinä, miten tekstin sisältämät interpersoonaiset keinot pyrkivät vaikuttamaan tekstin vastaanottajaan. Tekstuaalisella metafunktiolla olen tarkastellut eri osien yhteenkuuluvuutta sekä osien sisäisiä rakenteellisia ominaisuuksia. Direktiivien tarkastelu on tärkeää, koska aineistoni kuvaa työtävää ja ohjaa vastaanottajaansa. Direktiiveissä en ole tehnyt rajausta suorien ja epäsuorien direktiivien välillä. Sen sijaan kutsun kaikkia kollektiivisesti direktiiveiksi, mutta erottelen kuitenkin funktionaalisten osien perusteella direktiivien nimet.

Koska pohdin asioita siltä kannalta, mitä voi olla, nostan esiin myös poikkeuksellisia esiintymiä aineistostani. Tällaisia poikkeavia esiintymiä löytyy sekä kokonaisrakenteesta että kielellisissä valinnoissa.

4 TYÖPAIKKAILMOITUKSEN FUNKTIONAALISET OSAT

4.1 Kokonaisrakenne ja tyyli

Aineistoni ilmoitukset koostuvat otsikoista, työnantajan esittelyistä, työnkuvauksesta, ihannehakijan esittelystä, työnhaun tiedoista, erillisistä aloituksista, lopetuksista ja lisätiedoista. Otsikot sijaitsevat aineistossani aina ensimmäisenä kaiken muun edellä. Otsikon jälkeen tulee mahdollinen erillinen aloitus, josta siirrytään työnantajan esittelyyn tai työnkuvaukseen. Työnantajan esittely voi sijaita myös tekstin lopussa ennen erillistä lopetusta, mutta kuitenkin työnhaun tietojen jälkeen. Työnkuvaus ja ihannehakijan esittely voivat sulautua yhdeksi kokonaisuudeksi, jossa ihannehakijaa määritellään sana- tai lauseketasolla. Myös työnantajan esittelyistä voi löytää viittauksia ihannehakijaan, ja on itse asiassa tärkeää huomata, että työnantajan esittelyissä paljastuu työnantajan arvoja, joita työnantaja toivoo olevan myös mahdollisella työnhakijalla.

Julkisten työ- ja elinkeinopalveluiden valmiissa lomakkeessa (TE-palvelut 2018) pakollisia tietoja ovat työnantajan tiedot, työpaikan kuvaus, työpaikan sijainti ja yhteystiedot. Näiden lisäksi lomake sisältää osan nimeltään hakumenettely, mutta sitä ei ole merkitty pakolliseksi. Työpaikan kuvaus sisältää työnkuvauksen sekä ihannehakijan esittelyn. Valmiin lomakkeen perusteella otsikko, työnantajan esittely, työnkuvaus ja ihannehakijan esittely ovat pakollisia osia. Näiden osien lisäksi työnhaun lisätiedoista yhteystiedot ovat välttämätön osa. On kuitenkin huomioitava, että otsikko muodostetaan lomakkeella annetuista yksittäisistä tiedoista sen sijaan, että se olisi itse keksitty. Valmiin lomakkeen lisäksi työ- ja elinkeinopalveluiden verkkosivuilla (TE-palvelut 2018) ohjeistetaan, millainen on hyvä työpaikkailmoitus. Työpaikkailmoituksen pitää olla informatiivinen, luotettava, laadukas ja realistinen.

Aineistoni sanastoa voi luokitella arkiseksi, ja teksteissä esiintyy kohosteisuutta. Tyylin kohosteisuus toteuttaa poeettista funktiota, ja mitä odottamattomampi jokin rakenne tai ilmiö on, sitä kohosteisempi se on. Kohosteisuuden voi nähdä poikkeamisena kielen konventioista, ja poikkeamat voivat olla ulkoisia tai sisäisiä. Sisäiset poikkeamat rikkovat tekstin itsensä asettamia tyylinormeja, kun taas ulkoiset poikkeamat rikkovat tekstinulkoisen maailman asettamia normeja. Kohosteisuudessa kielestä itsestään tulee merkittävää. Erilaiset retoriset tekniikat voivat saada aikaan kohosteisuutta, esimerkiksi alkusointu ja metafora. Arkisia sanoja voi myös luokitella kohosteiseksi, jos arkisuus poikkeaa konventioista. (Kankaanpää 2006: 123–126, 149.)

Aineistoni on julkaistu viraston verkkosivuilla, mutta aineistoni kielenkäyttö ei ole virkakieltä. Arkisuus saa aikaan kohosteisuutta, mutta on otettava huomioon, että kielenkäyttö

on demokratisoitunut. Kielen demokratisoituminen merkitsee sitä, että esimerkiksi epämuodollinen puhe kaikissa yhteyksissä on lisääntynyt (Kankaanpää 2006: 155). Tekstin arkisuus tekee tekstistä helpommin lähestyttävää, ja se on vaikuttamisen keino. Arkisuutta ja kohosteisuutta esiintyy yksittäisinä sanoina tai lauseina. Asetelmassa 1 on esimerkkejä arkisuudesta ja kohosteisuudesta.

Asetelma 1. Arkiset ja kohosteiset esiintymät.

Substantiivit ja substantiivilausekkeet	tilipussi, työporukka, jengi, tyyppi, siivoustoilija, talentti, driimtiimi, tavoitteelliset tarjat, kaveri, aattaja, anni, työelämän pelastusrenkas
Verbit	pukсутtaa
Kokonaiset lauseet	Meillä ei pukuherrat pyöri tärkeilemässä Hihat heilumaan hyvässä jengissä!
Alkusoinnut	p ukuherrat py öri, t avoitteelliset tar jat, leo leijona
Metaforat ja kielikuvat	tuomas veturit, rahan tekeminen, ajelehditko vailla työtä, työelämän pelastusrenkas

Kuten asetelmassa näkyy, kohosteisuus voi esiintyä kokonaisina lauseinakin. Lauseet ovat silloin fraasimaisia iskulauseita, jotka pyrkivät vaikuttamaan tekstin vastaanottajaan. Erityisen kohosteisia ovat aineistoni erilliset aloitukset ja lopetukset, joita käsitelen luvussa 4.7.

4.2 Otsikko

Otsikon määrittely on yksinkertaista, sillä otsikko sijaitsee tekstissä aina ensimmäisenä. Otsikko on myös se, mistä lopputeksti kertoo, eli sen voi ajatella olevan koko työpaikkailmoituksen yläteema. Otsikko ilmenee jokaisessa aineistoni työpaikkailmoituksessa, ja se ei pääsääntöisesti sisällä kokonaisia lauseita. Ainoastaan yhdessä otsikossa esiintyy lause, joka sisältää finiittiverbin.

(1) Kotisiivooja, Talonhenki Oy, **Työ suoritetaan asiakaskohteissa**, Seinäjoki.
(Talonhenki)

Otsikot sisältävät aina ammattinimikkeen, joka ei kuitenkaan ole välttämättä se, mitä leipätekstissä esitetään. Ne sisältävät myös aina työnantajan nimen ja vähintään yhden sijainnin. Valinnaisena osana otsikossa on avoimien paikkojen määrä, joka sijoittuu ammattinimikkeen ja työnantajan väliin. Vain yhdessä otsikossa avoimien paikkojen määrä ilmaistaan kahdesti,

ensimmäisen kerran ammattinimikkeen yhteydessä ja toisen kerran sille määrättyssä kohdassa. Otsikot rakentuvat siis seuraavanlaisesti:

AMMATTINIMIKE, [AVOIMIEN PAIKKOJEN MÄÄRÄ], TYÖNANTAJA, [LISÄTIETO], SIJAINTI

Lisätiedon olen nimennyt neutraalisti, koska se ei ole yleinen aineistossani. Esimerkki 1 on ainut finiittiverbillinen lisätieto otsikossa, eikä muissa otsikoissa täydellisiä lauseita ole. Sen sijaan niissä voi olla useita sijainteja, sijainnin toistoa tai työtehtävää tarkentavia määritteitä.

Otsikoissa todellisuutta rakennetaan nimeämällä asioita joksikin. Ideationaalisen metafunktion kannalta ammattinimikkeet erityisesti ilmaisevat sen, mitä tapahtuu ja mihin alaan työpaikkailmoitus kuuluu. Ammattinimikkeet kertovat tekstin alasta, koska ne ilmaisevat sitä maailmaa, johon ne kuuluvat. Esimerkiksi *elintarvikesiivoaja* sitoo tekstiä siivouksen diskurssiin, kun taas telemarkkinoija siirtää fokuksen puhelimitse tapahtuvaan myyntiin. Asetelmassa 2 näkyvät kaikki aineistoni ammattinimikkeet. Ammattinimikkeitä ei tietenkään ole 50:tä, sillä ammattinimikkeet voivat toistua eri työpaikkailmoituksissa.

Asetelma 2. Ammattinimikkeet.

Elintarvikesiivoaja	Porrassiivoaja
Kerroshoitaja	Rakennussiivoaja
Kodinhuoltaja	Siistijä
Kotisiivoaja	Siivoaja
Lentokonesiivoaja	Toimistosiiivoaja
Myymälesiivoaja	Toimisto- tai laitossiivoaja
Osa-aikainen siivoaja	Toimitilasiivoaja
Palveluvastaava	
Ajanvaraaja	Palvelumyyjä
Buukkari	PR-työntekijä
Asiakashankkija	Puhelinmyyjä
Asiakas- ja myyntineuvottelija	Ratkaisumyyjä
Contact Center -työntekijä	Telemarkkinoija
Myyjä	Televarainhankkija
Myyntineuvottelija	Urheilumarkkinoija

Aineistoni otsikot ovat listoja valmiilla lomakkeella annetuista tiedoista. Otsikot antavat työn kannalta oleellisia tietoja, joita sitten leipäteksti tarkentaa. Ammattinimikkeen ja työnantajan mainitseminen samassa otsikossa voi olla tekstin vastaanottajalle hyödyllistä, koska työnantajien nimet eivät välttämättä kerro vastaanottajalle siitä, mitä työnantajan toimenkuvaan kuuluu.

(2) Toimisto- tai laitossiivoaja, **360 Palvelut Oy**, Jyväskylä, Jyväskylä. (360Palvelut)

(3) Kodinhuoltaja, 2 paikkaa, **AapoAnni Oy**, Turku. (AapoAnni)

(4) Puhelinmyyjä, **Kodin Fakta Oy**, Hämeenlinna, Hämeenlinna. (KodinFakta)

(5) Myyntineuvottelija, 3 paikkaa, **Poppaset Oy**, Lappeenranta, Lappeenranta. (Poppaset)

Esimerkkien 2–5 otsikot eivät kerro mitään avoimesta työpaikasta. Sen sijaan ensiksi mainittu ammattinimike kertoo ainakin yhdestä työnantajan toimialasta. Kolmas tärkeä osa otsikkoa on sijainti, sillä se rajaa avoimen työpaikan sijainnin tiettyyn alueeseen.

Interpersoonaisen metafunktion kannalta koko ilmoituksella on tekstin lähettäjä, joka on ilmoittaja. Tekstin vastaanottajaksi ajatellaan ketä tahansa, joka lukee sen, mutta erityisesti työnhakija tai esimerkiksi työnvaihtaja. Otsikoissa ei ole modaalisuutta tai persoonaa, mutta voi ajatella, että ammattinimikkeet edustavat suhtautumista. Siivousalan ammattinimikkeissä *siivoaja* on prototyyppisin kategoria, jota täsmennetään etumääritteillä. Muut ammattinimikkeet edustavat toisenlaista näkemystä. Esimerkiksi *palveluvastaava* ja *kodinhuoltaja*, jotka ilmaisevat tekstin lähettäjän näkemystä siitä, mitä työ on. Palveluvastaavan voi ajatella ilmaisevan työnantajan arvoja, joissa *palvelu* on se tärkein asia ja työntekijä vastaa tästä palvelusta. Samalla tavalla kodinhuoltaja ei vain siivoa asuntoa vaan huoltaa kotia. Telemarkkinoinnin aineistossa on enemmän hajontaa, mutta prototyyppiseksi ammattinimikkeeksi voi nähdä *myyjän*. On kuitenkin huomattava, että tällainen yhden osan analysointi perustuu ensivaikutelmiin, koska aineistoni ei koostu vain otsikoista, vaan kokonaisista teksteistä.

Tekstuaalinen metafunktio ilmenee otsikoissa toistoina ja listoina. Otsikot ovat listoja, jotka ilmaisevat työpaikkailmoituksesta tärkeitä asioita. Otsikon sisältämiä sanoja toistetaan leipätekstissä, mutta toiston voi nähdä myös kokonaisuutena. Otsikot voivat nimittäin toistaa toisten ilmoitusten asioita, jolloin toisto on intertekstuaalista. Aina kun kieltä käytetään, kielen käyttäjä lainaa toisten ilmauksia ja kierrättää merkityksiä, jotka olivat olemassa ennen omaa puheenvuoroa. Tämä ei koske vain yksittäisiä sanoja, vaan myös diskursseja, genrejä ja narratiiveja. (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 116.) Toisto ei ole kirjaimellista sanojen tai lauseiden toistoa yhden tekstin sisällä vaan tekstien välistä toistoa. Mitään tekstiä ei ole kirjoitettu tyhjissä, vaan kaikki tekstit ottavat ainesta muista teksteistä. Otsikot siis liittyvät toisiinsa, ja näin syntyy koheesiota.

4.3 Työnantajan esittely

Työnantajien esittelyt on luokiteltu pakolliseksi osaksi valmiissa lomakkeessa. Työnantajista voidaan kertoa lisää valmiin lomakkeen työpaikan kuvauksessa, ja aineistossani näin on tehty

37 työpaikkailmoituksessa. Jatkossa viitataan tähän työpaikan kuvauksen sisältämään lisäesittelyyn työnantajan esittelyinä. Telemarkkinoinnin työpaikkailmoituksissa työnantaja esitellään 17 ilmoituksessa ja siivousalan työpaikkailmoituksissa 20 ilmoituksessa. Työnantajan esittelyt sisältävät sekä työnantajan kategorisoinnin että työnantajan toimialan kategorisoinnin, ja niiden tehtävä on konstruoida tekstin lähettäjän edustamaa työnantajaa. Aineistossani työnantajan esittely alkaa yleensä silloin, kun mainitaan työnantajan nimi nominatiivissa, ja kopulalause ilmaisee, mikä työnantaja on. Esimerkkien 6–7 tapaiset lauseet ovat yleinen tapa aloittaa työnantajan esittely.

(6) AAA-Palvelut Oy on telemarkkinointiyritys - - (AAAPalvelut)

(7) Coronaria on Suomen suurimpia terveys- ja hyvinvointipalvelujen tuottajia. (CoronariaHoiva)

Työnantajan esittelyt voivat sijaita käytännössä missä tahansa. Ne voivat olla myös osissa siten, ettei voi olla täysin varmaa, onko kyseessä työnantajan toimialan esittely vai työkuvaus. Tärkein kriteerini erottelussa on se, mistä kerrotaan ja miten kerrotaan. Havainnollistan tätä kriteeriäni käyttämällä esimerkkinä kokonaista ilmoitusta.

Työpaikkailmoitus 1.

Elintarvikesiivooja, 3 paikkaa, ISS Palvelut Oy, Lappeenranta

Hihat heilumaan hyvässä jengissä!

Pidätkö tarkkuutta vaativasta itsenäisestä työstä? Nautitko siitä, että saat palvella ihmisiä parhaalla mahdollisella tavalla? Haluatko taloon, joka tarjoaa loistavat etenemis- ja koulutusmahdollisuudet?

Haemme nyt SIIVOOJIA elintarvikesiivoustehtäviin asiakaskohteeseemme Joutsenoon.

Yleisimpiin työtehtäviin kuuluu muun muassa toimistojen ja tuotantotilojen siivous, tiskaus sekä elintarviketehtaan matalapainepesu. Työ on tarkkaa ja vaatii hyvän fyysisen kunnan. Työtä tehdään pääsääntöisesti viikonloppuisin, perjantai-iltaisain ja lauantaiaamuisin. Mutta työajat voivat hieman myös vaihdella. Työsuhde on osa-aikainen.

Edellytämme sinulta iloista asiakaspalveluasennetta (Service with a Human Touch), oma-aloitteisuutta ja vastuuntuntoisuutta. Työotteesi on järjestelmällinen ja työnjälkesi kunnollista. Arvostamme aikaisempaa kokemusta siivousalan töistä, mutta huomioimme myös muiden alojen työkokemuksen. Osa tehtävistämme vaatii 18 vuoden iän ja nuhteettoman taustan. Eduksi katsomme hygieniapassin ja oman auton käyttömahdollisuuden.

ISS:llä saat talon tuen ja mahdollisuuden edetä urallasi ja kouluttautua siivousalan ammattilaiseksi. **Meillä viihdytään pitkään, ja työhönsä sitoutunut henkilökuntamme tuottaa asiakkaillemme alan parasta palvelua.**

Tuntuuko tehtävä omalta? Liity mainioon työporukkaamme täyttämällä hakemuksesi jo tänään osoitteessa www.iss.fi. Hakuaika päättyy 15.8.2017. Muista merkitä hakemukseesi minkälaiset vuorot sopivat sinulle.

→ ISS Palvelut on yksi Suomen suurimmista yksityisistä työnantajista ja maan johtava kiinteistö- ja toimitilapalveluyritys. Tuotamme asiakkaillemme kokonaispalveluratkaisuja, jotka muodostuvat siivous-, kiinteistön ylläpito-, ruokailu- ja turvallisuuspalveluista sekä muista näihin liittyvistä tukipalveluista. Luomme toiminnallamme

laadullista ja taloudellista arvoa asiakkaidemme liiketoimintaan. Vuonna 2016 liikevaihtomme oli 487 miljoonaa euroa. Henkilökuntaa on lähes 10 000. ISS Palvelut on osa kansainvälistä ISS-konsernia, joka toimii 77 maassa. www.iss.fi, www.issworld.com, www.facebook.com/duunISSa

- ISS on savuton työpaikka -

Nuoli → osoittaa, mistä kohtaa alkaa työnantajan esittely. Työnantaja esitellään kopulalauseella ja kategorisoidaan tietynlaiseksi yritykseksi. Työnantaja pysyy teemana koko esittelyn ajan, mutta kielen tasolla teema muuttuu *ISS Palveluista* monikon 1. persoonaan. Myös viidennen virkkeen teemana on poikkeuksellisesti eksistentiaalisubjekti *henkilökuntaa*, mutta se on implisiittisesti edelleen työnantaja, jolla henkilökuntaa on. Virkkeet eivät sisällä viitteitä tekstin vastaanottajaan tai yksikön 2. persoonaan, vaan kaikki toiminta ja tarkoitteet koskevat työnantajaa. Sen sijaan lihavoitu osuus ei ole vain työnantajan esittelyä. Kyseessä on osa työnkuvauksesta ja ihannehakijan esittelystä, sillä ensin tarjotaan ja sitten implisiittisesti vaaditaan: toinen lause kertoo tekstin vastaanottajalle, että työllistymisen seurauksena hakijastakin on tultava työhönsä sitoutunut. Aineistoni jaksot voivat olla monifunktioisia, jolloin jakso voi sisältää viittauksia muihinkin jaksoihin.

Metafunktioiden näkökulmasta työnantajan esittelyt sisältävät sanoja, jotka kertovat tekstin vastaanottajalle, mitä kaikkea työnantajalla on, mitä työnantajat ovat ja millaista toimintaa työnantajilla on. Työnantajan esittelyissä puhutaan *meistä*, *yrityksistä*, *järjestöistä* ja *yhtiöistä*. Työnantajilla on *osaamista*, *liikevaihtoa*, *toimintaa*, *henkilökuntaa* ja *toimipaikkoja*. Verbejä ovat *myydä*, *tuottaa*, *työllistää*, *työskennellä*, *toimia* ja *olla*, ja lauseet ovat yleensä kopula-, transitiivi- ja kvanttorilauseita. Adjektiiveilla luodaan positiivinen mielikuva työnantajasta. Työnantajien esittelyt ovat väitelauseita, jotka esitetään totena. Tekstin lähettäjän rooli työnantajan esittelyssä on asiantuntija, ja lähettäjä on töissä itsekin työnantajalla. Persoonamuodoista monikon 1. persoona on yleinen, ja se ilmaisee juuri sen, että tekstin lähettäjä kuuluu tähän ryhmään. Monikon 1. persoona myös sitoo tekstiä selkeäksi kokonaisuudeksi, joka erottaa sen toisista osista.

Nostan esiin vielä muutama poikkeuksellista työnantajan esittelyä, koska haluan tuoda esiin myös erilaisia työnantajan esittelyitä. Työnantajan esittelyt ovat yleensä kokonaisina kappaleina, mutta on kuitenkin mahdollista jakaa työnantajan esittelyä toiseen osaan. On myös mahdollista, että vain yksi lause toimii työnantajan esittelynä.

(8) Yrityksemme kuuluu AA-luottoluokitukseen. (AhoLiina)

(9) Olipa kerran herrat Josef Lassila ja Frithjof Tikanoja, jotka vuonna 1905 perustivat Vaasaan pienen tukkukaupan. Vuoteen 2017 mennessä Lassila & Tikanojasta on kehittynyt yksi Suomen suurimmista monipalveluyrityksistä. Emme kuitenkaan

tyydy tähän, vaan vaatimaton tavoitteemme on muuttaa kulutusyhteiskunta kierrätyshyönteiskunnaksi ja tarjota samalla toimivia siivouspalveluja. (Lassila&Tikanoja)

(10) AAA-Palvelut Oy on telemarkkinointiyritys, joka panostaa hyvään ilmapiiriin ja työntekijöiden hyvinvointiin. Töissä pitää olla hauskaa ja mukavaa! Meillä ei pukuherrat pyöri tärkeilemässä, vaan ovat työpaikalla työntekijöitä auttamassa. (AAAPalvelut)

(11) Televarainhankkijana saat näköalapaikan → yli 130-vuotiaaseen paikallisesti toimivaan sosiaalialan järjestöön ← , ja olet myös mukana taistelemassa yksinäisyyttä vastaan. - - HelsinkiMissio on energinen sosiaalialan järjestö, jonka toiminta perustuu monimuotoiseen vapaaehtoisten ja ammattilaisten osaamiseen. Ominta toimialaamme ovat nuorten kriisityö, lapsiperhetyö, seniorityö sekä kehitysvammaisten parissa tehtävä työ. (HelsinkiMissio)

Esimerkit 8–11 ovat hieman poikkeavia työnantajan esittelyjä. Esimerkissä 8 työnantaja esitellään vain yhdellä lauseella, joka sisältää myös auktoriteettia rakentavan *AA-luottoluokituksen*. Auktoriteettiin vetoaminen on yksi yleisimmistä retorisisista keinoista. Sen voima perustuu siihen, että arvostettujen ja huomattavien ihmisten käyttäytymistä ja mielipiteitä jäljitellään. Auktoriteetilla tulee olla prestiisiä, jotta keino toimii toivotulla tavalla. Auktoriteettiin vetoamisen ei tarvitse olla erityisen painokkaasti ilmaistuna tekstin tasolla, vaan pelkästään maininta tai viittaus riittää. (Mäntynen 2003: 105–106; Perelman & Olbrechts-Tyteca 1971: 305.) Auktoriteetin rakentaminen onkin yksi työnantajan esittelyiden tehtävä, sillä työnantajat esiintyvät oman alansa asiantuntijoina.

Esimerkki 9 alkaa intertekstuaalisella viittauksella sadun malliin, mikä aiheuttaa sen, että esimerkkiin kirjoittuu sankarin rooli. Josef Lassila ja Frithjof Tikanoja ovat sankareita, joiden ansiosta tänä päivänä työnantaja on olemassa, ja vieläpä vaikuttavana työnantajana. Sadun mallia käytetään paljon esimerkiksi lehtiteksteissä, ja osallistujaroolien kannalta se on prototyypisin tekstilaji (Alho & Kauppinen 2009: 177).

Esimerkki 10 on poikkeava siksi, että työnantajan esittely sulautuu työnkuvauksen kanssa. Se myös osoittaa sen, että jaksot voivat olla monifunktioisia. Olen silti luokitellut tämän työnantajan esittelyksi, koska kontekstissaan se kuvaa enemmän työnantajan toimintamalleja ja työntekofilosofiaa kuin työnkuvausta. Huudahdus työnantajan kategorisoinnin jälkeen toimii työnantajan mottona eikä niinkään työnkuvauksena, ja siihen mottoon kuuluu myös stereotyyppisten särkeminen työyhteisön hierarkiassa, jossa esimiehet ovat käskyttämässä alaisiaan. Poikkeavuutta lisää myös modaaliverbi *pitää*, koska työnantajan esittelyt eivät sisällä erityisesti modaalista ainesta.

Viimeiseksi käsittelen esimerkin 11, jossa ilmenee edellä mainittu työnantajan esittelyjen jako muihin osiin. Olen merkinnyt kahdella nuolella osan, joka kuuluu työnantajan

esittelyyn. Varsinainen työnantajan esittely alkaa vasta sen jälkeen ilmoituksen lopussa, mutta *yli 130-vuotiaaseen paikallisesti toimivaan sosiaalialan järjestöön* kuuluu tähän esittelyyn, sillä se kertoo työnantajan pitkästä historiasta työnkuvauksen sijaan.

Työnantajan esittelyitä voi olla kaksi, jos työnantaja on henkilöstövuokrausyritys. Tekstin lähettäjä esittelee siis sekä asiakasyrityksen että oman yrityksen. Aineistostani löytyy myös ongelmallisempi työnantajan esittely, sillä se on sitaatti.

(12) "Työ Opteamilla

Työelämä muuttuu vauhdilla eikä sen merkitys ole kaikille enää sama. Jollakin on tähtäimessä täsmällinen urakehitys, vakituinen työ ja teräksenluja oman alansa ammattitaito. Joku toinen taas haluaa paiskia tiukasti hommia rahoittaakseen seuraavan surffireissunsa, tai työskennelläkseen perhe-elämän tai opiskelun ehdoilla. Meitä on moneksi.

Me Opteamilla tarjoamme sinulle erilaisia työnteon malleja. Vuokratyö sopii silloin, kun haluat työskennellä oman elämäsi ehdoilla tai kartuttaa kokemusta ja ammattitaitoa erilaisissa yrityksissä. Rekrytoimme osaajia myös suoraan asiakkaillemme sekä vakituisiin että määräaikaisiin töihin. Meillä voit täydentää osaamistasi myös monipuolisilla koulutuksilla."

Esimerkki 12 on ongelmallisempi analyysini kannalta, koska kyseessä on todellakin työnantajan esittely, mutta se on tekstissä merkitty sitaatiksi. Teksti on siis lainattu jostain muualta, mutta sitä ei kerrota tekstissä itsessään. Lainaamalla tekstiä tekstin lähettäjä puhuukin jonkun muun äänellä. Sitaatin käytöllä voidaan tuoda jonkun toisen ääntä mukaan tekstiin, ja siten tehdä sanomasta vaikuttavampaa (Jokinen 1999: 138–139). Vaikka työnantajaa esitellään ikään kuin erillisenä osallistujana, luokittelen sen silti työnantajan esittelyksi.

4.4 Työnkuvaus

Valmiissa lomakkeessa työpaikan kuvaus sisältää työnkuvauksen, ja se on pakollinen aineistossani. Työnkuvaus esiintyy aineistoni jokaisessa ilmoituksessa. Käsitykseni työnkuvauksesta poikkeaa sekä Komulaisen (2006) pro gradu -tutkielmasta että Kauppisen ym. (2000: 30–31) oppikirjan esittämistä kokonaisrakenteen malleista, koska yhdistän tarjoukset ja ilmoituksen tarkoituksen työnkuvaukseen. Tarjoukset ovat sellainen osa, jossa työnhakijalle tarjotaan jotakin verbeillä *tarjota* tai *saada*. Ilmoituksen tarkoitus on se, mitä etsitään: *haemme siivoojaa, etsimme puhelinmyyjää*. Aineistossani tarjoukset ovat sellaisia asioita, joita työssä tarvitaan tai käytetään muutenkin. Ne siis saa, vaikka ei niitä haluaisikaan. Myös ilmoituksen tarkoituksen

sisällytän työnkuvaukseen, koska se, mitä haetaan, kuvaa työtehtävää. Työnkuvauksen aloittaa *etsiä, tarvita* ja *hakea* -verbit monikon 1. persoonassa tai yksikön 3. persoonassa.

(13) **Haemme** pääkaupunkiseudulle → kokeneita & ammattitaitoisia ← rakennus-siivoojia. (AaltoHenkilöstöpalvelut)

(14) DNA **hakee** vahvistusta myyntitiimiinsä → huolehtimaan nykyisistä asiakkaista ja kasvattamaan tyytyväisten DNA asiakkaiden määrää ←. (BaronaHenkilöstöpalvelut)

(15) **Etsimme** asiakkaallemme Ivaloon kerroshoitajia määräaikaiseen työsuhteeseen talvisesongin ajaksi. (Opteam)

Esimerkeissä 13–15 työnkuvaus aloitetaan ilmaisemalla se, mitä etsitään. Tässä osassa työnkuvausta työnantaja *hakee* tai *etsii* aktiivisesti *palveluvastaavaa* tai *televarainhankkijaa*. Se, mitä etsitään, sidotaan sekä työnantajan esittelyihin että otsikkoon. Työnantajan esittelyissä ilmaistaan työnantajan toimialaa, joten on oletettavaa, että etsitään sille toimialalle työntekijää. Poikkeuksen tietysti muodostavat henkilöstövuokrausyritykset, koska silloin etsitään työntekijää asiakasyritykselle. Esimerkeissä 13 nuolet ilmaisevat, että niiden välillä oleva kuuluu ihannehakijan esittelyyn, sillä se kertoo tekstin vastaanottajalle, millainen työnhakijan pitäisi olla.

Luvun 4.3 työpaikkailmoitus 1 ilmaisee koko työnkuvauksen seuraavanlaisesti. Noolet osoittavat kohdat tekstissä, jotka eivät kuulu työnkuvaukseen vaan seuraavaan käsiteltävään osaan eli ihannehakijan esittelyyn.

(16) Haemme nyt SIIVOOJIA elintarvikesiivoustehtäviin asiakaskohteeseemme Joutsenoon.

Yleisimpiin työtehtäviin kuuluu muun muassa toimistojen ja tuotantotilojen siivous, tiskaus sekä elintarviketehtaan matalapainepesu. Työ on tarkkaa → *ja vaatii hyvän fyysisen kunnan* ←. Työtä tehdään pääsääntöisesti viikonloppuisin, perjantai-iltaisina ja lauantai-aamuina. Mutta työajat voivat hieman myös vaihdella. Työsuhde on osa-aikainen. - - **ISS:llä saat talon tuen ja mahdollisuuden edetä uralasi ja kouluttautua siivousalan ammattilaiseksi.** Meillä viihdytään pitkään, → ja työhönsä sitoutunut henkilökuntamme tuottaa asiakkaillemme alan parasta palvelua. ← (ISS)

Kuten esimerkistä 16 näkyy, työnkuvaukset sisältävät siis sen, mitä etsitään (*siivoojia*), mitä työtehtäviä työ sisältää, milloin työtä tehdään, millainen työsuhde on ja joissakin työnkuvauksissa kerrotaan myös palkkauksesta. Lihavoitu kohta ilmaisee tarjouksia, joita työnantajalla on tarjota, mutta tarjoukset eivät ole puhtaasti tarjouksia, vaan ne on sidottu työtehtävään: jos et työtä saa, niin et saa näitä tarjouksiakaan.

Työnkuvaukset koostuvat väitelauseista. Työnkuvauksessa merkittäviä sanoja ovat *työtehtävät, työ, työajat, palkkaus, työsuhde osa-aikainen, määräaikainen ja kokoaikainen*. Työtehtävät *alkavat, soveltuvat, koostuvat, sisältävät ja sopivat*, työtehtäviin *kuuluu ja sisältyy* ja työtä *tehdään* sekä työssä *toimitaan*. Työntekijää *etsitään, haetaan* sekä *tarvitaan* ja työntekijälle *tarjotaan*. Työnkuvauksissa on paljon modaalista ainesta, jolla ilmaistaan vapaavalintaisuutta ja vaihtoehtoisuutta: *työt voivat olla osa-aikaisia, voit tehdä työtä myös lauantaisin, työtä voidaan muokata elämäntilanteesi mukaan*. Modaaliverbien lisäksi kiellot ja konjunktiot ovat modaalisuutta ilmaisevissa tehtävissä, kun *työ ei sisällä myyntiä tai töitä voi tulla yllättävästi, mutta tiedon saa viimeistään edellisenä päivänä*. Myös rakenne *on mahdollista* ja sana *mahdollisuus* ilmaisevat lisää modaalisuutta.

Työnantajan esittelyistä poiketen työnkuvauksissa on monikon 1. persoonan lisäksi yksikön 2. persoona. Molemmat toimivat työnkuvauksissa yhdessä ja rakentavat vuorovaikutusta kaikissa ilmoituksissa. Työnkuvauksia yhdistetään muihin osiin toistamalla esimerkiksi ammattinimikkeitä, työnantajan nimiä tai persoonamuotoja. Myös *työ* toistuu paljon ja yhdistää tekstiä tekstilajiinkin. Työnkuvauksissa hyödynnetään myös listoja, jotka voivat olla yksinkertaisia sanajonoja tai näkyviä listoja.

(17) Työnkuvaan kuuluu monipuoliset siivoustehtävät mm. kodeissa, marketeissa, liiketiloissa, ravintoloissa sekä muissa mahdollisissa projektikohteissa. (ValttiHenkilöstöratkaisut)

(18) Tarjoamme sinulle:
-joustavuutta työvuoroissa
-perehdytyksen tehtävään
-mukavan pienet tiimin ja mainiot työkaverit
-mahdollisuuden kehittää sosiaalisia taitojasi (HelsinkiMissio)

Esimerkissä 17 on sana toisensa jälkeen listana. Esimerkki 18 on rakenteellisesti näkyvä lista, ja se sisältää tarjouksia, jotka työnhakija saa joka tapauksessa, jos työllistyy. Aineistoni työnkuvauksissa ei ole sellaisia työnkuvauksia, jotka olisivat niin erilaisia, että niitä olisi hyvä tuoda esiin.

4.5 Ihannehakijan esittely

Valmiissa lomakkeessa ihannehakijan esittely sisältyy työpaikan kuvaukseen, ja se on pakollinen osa. Ihannehakijan esittelyt esiintyvät aineistossani aina, ja ne sulautuvat muihinkin osiin. Ihannehakijaa ei esitellä koskaan omassa kappaleessa täydellisesti, vaan siitä on osia muissa jaksoissa. Ihannehakijaa voidaan esitellä keskellä työnkuvausta tai työnantajan esittelyä.

Esimerkeissä 13 ja 14 näkyy, miten työnkuvauksessa osa ihannehakijan esittelystä nivoutuu yhteen sen kanssa, mitä haetaan. Tämä osa eroaa analyysissäni Komulaisen (2006) ja Kauppi-
sen ym. (2000: 30–31) vastaavasta osasta vain nimityksen perusteella. Komulainen (2006) ni-
mittää tämän osan vaatimuksiksi, mutta en itse käytä samaa nimitystä, koska tässä osassa ei
varsinaisesti vaadita vaan ohjataan tekstin vastaanottajaa näkemään itsessään nämä ominaisuu-
det. Poikkeuksena ovat ominaisuudet, jotka rajaavat tiettyjä ryhmiä pois, kuten *ajokortilliset*,
autolliset ja *kielitaitoiset*. Nämä kolme ovat sellaisia ominaisuuksia, jotka joko on tai ei, joten
ne voi nähdä aitoina vaatimuksina.

Selkeimmissä tapauksissa ihannehakijan esittelyt alkavat, kun tekstissä esiintyy yksi-
kön 2. persoona, verbit *odottaa*, *vaatia* sekä *edellyttää* ja ihannehakijaa kuvailevia adjektiiveja.
Luvun 4.3 työpaikkailmoituksen 1 ihannehakijan esittely on seuraavanlainen:

(19) Työ on tarkkaa → ja vaatii hyvän fyysisen kunnon. - - Edellytämme sinulta
iloista asiakaspalveluasennetta (Service with a Human Touch), oma-aloitteisuutta ja
vastuuntuntoisuutta. Työotteesi on järjestelmällinen ja työnjälkesi kunnollista. Ar-
vostamme aikaisempaa kokemusta siivousalan töistä, mutta huomioimme myös
muiden alojen työkokemuksen. Osa tehtävistämme vaatii 18 vuoden iän ja nuhteet-
toman taustan. Eduksi katsomme hygieniapassin ja oman auton käyttömahdollisuu-
den. - - **ja työhönsä sitoutunut henkilökuntamme tuottaa asiakkaillemme alan
parasta palvelua (ISS)**

Ihannehakijan esittely alkaa verbistä *vaatia* ja taas uudelleen verbillä *edellyttää*. Ominaisuudet,
joita esittelyssä ilmaistaan, ovat subjektiivisia. Työnantaja voi nähdä *oma-aloitteisuuden*, *ai-
kaisemman kokemuksen* ja *iloisen asiakaspalveluasenteen* erilaisena kuin potentiaalinen työn-
hakija. Sen sijaan *täysi-ikäisyys*, *hygieniapassi* ja *oma auto* ovat sellaisia, joita joko on tai ei
ole. Hygieniapasseja on olemassa vain yhdenlainen, 18-vuotias on täysi-ikäinen, eikä auto ole
polkupyörä. Vaatimus autosta sisältää myös automaattisesti vaatimuksen ajokortista.

Ihannehakijan esittelyt koostuvat pääosin väitelauseista, mutta poikkeuksia löytyy. Pa-
laan näihin poikkeuksiin kohta. Ihannehakijan esittelyissä esiintyy sellaisia adjektiiveja ja sa-
noja, jotka määrittävät työnhakijaa. Ihannehakija voi olla *asiakaspalveluhenkinen*, *iloinen*, *sa-
navalmis*, *huumorintajuinen*, *innokas* ja *ahkera*. Ihannehakijalla voi olla *kyky kuunnella* ja *kes-
kustella*, *oikea asenne*, *itsenäinen työote* ja *kokemusta*. Sen sijaan joskus ihannehakijalla on
oltava *ajokortti*, *auto* tai *työturvallisuuskortti*, ja ihannehakijan on oltava *täysi-ikäinen* tai *kie-
litaitoinen*. Tekstin vastaanottajaa puhutellaan, ja vastaanottajaan viitataan yksikön 2. persoo-
nalla, mutta poikkeuksia ovat esimerkin 19 kaltaiset lihavoidut kohdat, joita ei suoraan kohdis-
teta vastaanottajalle. Teemana on *työhönsä sitoutunut henkilökunta*, johon ihannehakijakin ha-
lutaan mukaan. Tällainen on aineistossani implisiittinen vaatimus, sillä työnantaja vaatii

sitoutumista työhön ja työnantajaan, vaikka ei sitä suoraan ilmaise. Modaalista ainesta on ihannehakijan esittelyssä paljon. Kuten työnkuvauksissa, ihannehakija *voi olla* jotakin, ihannehakijalla voi olla *mahdollisesti* jotakin tai kuten esimerkissä 18, jokin voi olla *eduksi*. Ihannehakijan esittelyä sidotaan muihin osiin toistoilla ja persoonamuodoilla.

Ihannehakija voidaan esitellä myös listoilla. Listojen hyöty on selkeä tässä osassa, koska tekstin vastaanottaja näkee nopeasti, täyttääkö itse nämä vaatimukset.

- (20) Hakijoilta odotamme,
- aikaisempaa kokemusta vastaavista tehtävistä
 - oma-aloitteisuutta ja huolellista työnjälkeä
 - hyvää fyysistä kuntoa
 - rehtiä ja reipasta asennetta työtä kohtaan
 - suomen kielen taitoa (BanssiHäme)

Esimerkissä 20 listataan ihannehakijan ominaisuudet, joista vain viimeinen kohta sulkee pois jonkin ryhmän. Muut ominaisuudet ovat suhteellisia, eivätkä ne sulje automaattisesti ketään pois ilmoituksen vastaanottajien joukosta.

Aineistossani on muutama poikkeava ihannehakijan esittely, joiden analyysikin osoittautui hankalaksi. Hankaluus syntyy siitä, että ne sijaitsevat työpaikkailmoituksen alussa ja ne ovat kysymyslauseita.

(21) Oletko ihmisten kanssa hyvin toimeentulevaa tyyppiä? Oletko kenties puhelias persoona? Oletko jo aikaisemmin ollut vastaavissa tehtävissä? - - Eihän sinulla mene sormi suuhun uusissa tilanteissa, etkä pelkää sopia tapaamisia itsellesi? (Finnacta)

(22) Oletko opiskelija tai pidätkö väli vuoden opiskeluitasi? Oletko eläkeläinen ja haluat lisärahaa elämiseen? Vai oletko muuten sellaisessa tilanteessa, että osa-aikatyö sopisi sinulle? (UrheilunUnelma-Arpa)

Esimerkit 21–22 ovat ongelmallisia, koska näitä voi tulkita kahdella tavalla. Joko nämä ovat ihannehakijan esittelyä tai myöhemmin käsiteltäviä aloituksia. On hyvinkin mahdollista, että nämä ovat molempia, sillä osa voi koostua yhdestäkin sanasta tai lausekkeesta (Honkanen 2012: 61; Honkanen & Tiililä 2012: 215). Aloituksina nämä johdattelevat työnkuvaukseen, kun taas ihannehakijan esittelyinä ne ohjaavat ja ehdottavat, mitä ihannehakija voisi olla. Kokonaisuuden kannalta niillä on siis sekä aloituksen että ihannehakijan esittelyn tehtävä. Aloituksia käsitelen tarkemmin luvussa 4.7. Tällaisia kysymyksen sisään upotettuja ihannehakijan esittelyitä on muitakin, mutta esittelen niitä lisää aloitusten yhteydessä.

4.6 Työnhaun tiedot

Valmiissa lomakkeessa tämän osan nimitys on yhteystiedot sekä valinnaiseksi merkitty hakumenettely. Yhteystiedot ovat pakollinen osa, koska työnantajaan pitää saada yhteys. Näitä tietoja voidaan työnantajan esittelyn tapaan tarkentaa työpaikan kuvauksessa, ja kutsun tätä osaa työnhaun tiedoiksi. Työnhaun tiedot esiintyvät kaikissa ilmoituksissa. Komulaisen (2006) pro gradu -tutkielmassa tätä kutsutaan lisätiedoiksi, hakemuksiksi ja yhteystiedoiksi, ja Kauppisen ym. (2000: 30–31) oppikirjassa tätä kutsutaan ilmoitukseksi lisätiedoista ja hakemuskirjelmän luonteeksi, jolla tarkoitetaan siis sitä, onko kyseessä sähköinen lomake vai vapaamuotoinen hakemus. Analyysissani lisätiedot saavat oman osansa, koska ne aloitusten ja lopetusten kanssa ovat poikkeuksellisia osia, joita aineistoissani esiintyy vähän. Työnhaun tiedot sisältävät yhteystiedot sekä hakemuksen lähettämistä koskevat tiedot. Leipätekstissä työnhaun tiedot alkavat yleensä imperatiivimuodoilla *soita, laita, lähetä, ota* ja *tutustu*. Ne voivat myös alkaa sanasta *lisätietoja*, mutta tämä ei siis ole lisätiedon osa, vaan osa työnhaun tietoja.

(23) Ota yhteyttä ← jos olet esim. alanvaihtaja, välivuotta pitävä opiskelija, alihankintatyötä haluava yrittäjä tai oppisopimuksesta kiinnostunut! (AapoAnni)

(24) Lisätietoja tehtävästä antaa arkisin klo 10–15 - -. (RainmakerSalesHow)

Esimerkit 23–24 ovat työnhaun tietoja. Esimerkissä 23 osa on vain kahden sanan mittainen, koska loput siitä ovat ihannehakijan esittelyä. Esimerkki 24 on kokonaan työnhaun tietoa. Työnhaun tietoihin kuuluvat myös kehotukset tutustua verkkosivuihin, sillä aineistoni perusteella työnhaku tapahtuu pääsääntöisesti verkkosivujen kautta varsinkin silloin, kun työntuoja on suuri.

Luvun 4.3 työpaikkailmoituksessa 1 työnhaun tiedot esitetään työnkuvauksen ja ihannehakijan esittelyn jälkeen.

(25) Tuntuiko tehtävä omalta? Liity mainioon työporukkaamme täyttämällä hakemuksesi jo tänään osoitteessa www.iss.fi. Hakuaika päättyy 15.8.2017. Muista merkitä hakemukseesi minkälaiset vuorot sopivat sinulle.

Esimerkissä 25 työnhaun tiedot alkavat verbillä *liity*. Sitä edeltää ehto implikoiva kysymys, joka tässä tapauksessa liittyy työnhaun tietoihin, sillä siihen oletetaan vastausta *kyllä*, jonka jälkeen kerrotaan, miten työnhaku etenee. Työnhaun tiedoissa käytetään väitelauseita ja imperatiivilauseita. Merkittäviä sanoja ovat *hakemus, hakuaika, lisätieto, valinta* ja *hakulomake*. Esiintyviä verbejä ovat *laittaa, täyttää, soittaa, antaa, lähettää, ottaa* ja *liittyä*. Työnhaun

tiedoissa direktiivisyys on huomattavaa. Direktiivit ovat puheakteja, joiden tarkoituksena on saada kuulija, tässä tapauksessa tekstin vastaanottaja, toimimaan tietynlaisella tavalla (Honkanen 2012: 9; VISK § 1645).

Työnhaun tiedot yhdistetään muihin osiin toistoilla ja persoonamuodoilla. Niissä esiintyy myös paljon aikaan viittavia partikkeleja ja sanoja, kuten *nyt, heti, välittömästi, jo ja tänään*. Niistä voi myös sanoa, että ne ovat aineistossani käytännössä aina viimeisenä asiana, joka kerrotaan. Poikkeuksen muodostavat ilmoitukset, joissa on omana osanaan erillinen lopetusjakso. Tällaiset ilmoitukset eivät ole yleisiä aineistossani.

4.7 Aloitukset, lopetukset ja lisätiedot

Erilliset aloitukset, lopetukset ja lisätiedot ovat valinnaisia osia. Valmiissa lomakkeessa nämä sisältyvät työpaikan kuvaukseen, jossa on mahdollista kertoa enemmänkin työtehtävästä. Erillisiä aloituksia aineistossani on yhteensä 15. Siivousalan työpaikkailmoituksissa aloitus esiintyy kuudessa ilmoituksessa ja telemarkkinoinnin työpaikkailmoituksissa kymmenessä. Erillisten aloitusten tehtävänä on herättää tekstin vastaanottajan mielenkiinto. Karkeasti ilmaistuna yhdeksän näistä alkaa retorisella kysymyksellä, kolme huudahduksella, kaksi toivotuksella ja yksi toteamuksella. Retoriset kysymykset ovat siis eniten esiintyvä aloituksen tyyppi. Retorisiin kysymyksiin ei odoteta vastausta, vaan niiden tehtävänä on herätellä lukijaa aiheeseen (Perelman & Olbrechts-Tyteca 1971: 178). Retorisilla kysymyksillä on myös informaatiokulkua tukevia tehtäviä, kuten siirtymineen uuteen aiheeseen (Yli-Vakkuri 1986: 222).

Käsittelin jo ihannehakijan esittelyssä ilmeneviä kysymyksiä ja totesin, että ne toimivat molemmissa tehtävissä. Aloitukset asemoivat tekstin vastaanottajan tietynlaiseen tilaan, ja ne samalla ilmaisevat ihannehakijaa koskevia asioita.

(26) Onko opiskelu laittanut menot tiukille ja rahalle on tarvetta?
Meillä rahan tekeminen on helppoa! (AAAPalvelut)

(27) Haaveiletko työn, kansainvälisen kokemuksen ja Etelä-Espanjan miellyttävän ilmaston yhteensovittamisesta? (BaronaHenkilöstöpalvelut)

(28) Entä jos tekisitkin työtä juuri niiden asioiden puolesta, joihin todella uskot?
(Greenpeace)

(29) Onko tavoitteesi työllistyä välivuoden ajaksi? Etsitkö joustavaa työtä muun elämän oheen? Olisitko sinä etsimämme kiireapu siivoustöihin? (PersonallhusetStaffingGroup)

Esimerkit 26–29 ovat retorisia kysymyksiä aloituksina. Esimerkit 26 ja 29 tarkentavat retorilla kysymyksellä koko ilmoituksen oletetun lukijan. Esimerkin 28 retorinen johdatteleva kysymys on myös direktiivi, joka toimii ehdotuksena. *Jos*-alkuiset lauseet voivat olla ehdotuksia (VISK § 1659), ja esimerkissä 28 tekstin vastaanottajaa johdatellaan työpaikkailmoituksen muuhun sisältöön ja valmiiksi esitetään, että työ on merkittävää.

Erilliset aloitukset voivat alkaa myös huudahduksena, toivotuksena tai toteamuksena tai näiden yhdistelmällä. Määrittelen huudahduksen lauseeksi tai lauseen kaltaiseksi rakenteeksi, joka päättyy huutomerkkiin. Ne ovat enemmän työnantajan mottoja kuin varsinaisia huudahduksia. Erilliset aloitukset ovat usein direktiivisiä, koska ne ohjaavat vastaanottajaa toimimaan tietyllä tavalla.

(30) Hihat heilumaan hyvässä jengissä! (ISS)

(31) Meillä tehdään kauppaa, kehitetään itseä ja pidetään hauskaa! (OceanStone)

(32) Koe työelämys kaukana pohjoisessa! (Opteam)

Esimerkkien 30–32 huudahdukset toimivat retorisen kysymyksen mukaisesti huomiota herättävänä ja johdattelevana. Esimerkissä 32 on imperatiivimuotoinen *koe* sekä sanavalinta *työelämys*. Kun matkustaa, ajatellaan matkan olevan elämys. Esimerkissä 32 ehdotetaan, että työkin voi olla kokemuksen arvoinen elämys. Jokainen näistä on kuin mainoslause, joka ei kuitenkaan kuvaile työnantajaa, ihannehakijaa tai työnkuvaa. Toivotukset aineistossani ovat työnkuvausta valmistelevia:

(33) Tervetuloa oppimaan myynnin salat. (KodinFakta)

(34) Tervetuloa mukaan tekemään työtä, jossa näkee kättensä jäljet! (Kotipalvelu-Aitoapu)

Toivotukset koostuvat *tervetuloa*-sanasta, jonka jälkeen valmistellaan tekstin vastaanottajaa työnkuvaukseen. Esimerkit ovat irti kontekstista, mutta mielenkiintoista on se, että niitä seuraa välittömästi työnantajan esittely ja työnkuvaus. Toivotukset ovat siis kuin keskustelussa uuden ihmisen kanssa, jossa tervehditään ja sitten esittäytyään. Viimeinen aloitustyyppi ilmenee aineistossani vain kerran eli toteamus, joka on huudahdusten tapaisesti työnantajan motto tai mainoslause.

(35) Puhelinmyyntikin voi olla mukava työ, kun sen tekee fiksuilla tuotteilla, valikoidulla tuoteryhmällä ja rehellisesti. (SuoramarkkinointiMega)

Esimerkki 35 voisi olla myös työnkuvausta, mutta se on välittömästi otsikon jälkeen, ja varsinainen työnkuvaus alkaa vasta työnantajan esittelyn jälkeen. Kuitenkin tulevaan työnkuvaukseen varaudutaan kertomalla heti, että kyseessä on puhelinmyynti. Erillisessä aloituksessa esiintyy *kin*-liite, joka implikoi, että puhelinmyynti ei yleensä ole mukavaa työtä. Olen luokitellut tämän aloitukseksi sijainnin sekä sisältönsä vuoksi, koska se ei kerro lopulta työstä itsestään mitään, vaan se implikoi sen, että puhelinmyynti on yleensä jotakin muuta kuin mukavaa.

Erilliset lopetukset ovat aloituksia harvinaisempia osia. Aineistossani on vain kolme erillistä lopetusta. Kaikki kolme ovat toivotuksia ja sijaitsevat aivan työpaikkailmoituksen lopussa.

(36) Iloa päivääsi toivottaa Fressin rekrytiimi! (FysiolineFressi)

(37) Tervetuloa mukavaan työporukkaan! (KotipalveluAitoapu)

(38) Terveiset pirkko nutturapäältä: tule driimtiimiimme! (Naikon)

Erillisen lopetuksen erottaa muista osista sijainnin ja sanojen *tervetuloa*, *terveiset* ja *toivottaa* avulla. Kun työnantajan esittely, työnkuvaus ja ihannehakijan esittely eivät erotu toisistaan selkeästi, niin erilliset aloitukset ja lopetukset ovat sijaintinsa puolesta selkeitä. Esimerkit 36–38 sisältävät aineistoni ainoat erilliset lopetukset, mutta esimerkki 36 on poikkeava rakenteeltaan, koska se ei liity avoimeen työpaikkaan. Sen sijaan esimerkit 37–38 edelleen kehottavat tekstin vastaanottajaa hakemaan tehtävää.

Viimeisenä erikoisena osana esittelen lisätiedot. Näiden funktio ei ole kertoa työnhakijalle mitään työnkuvasta eikä esitellä työnantajaa. Ne eivät myöskään esitele ihannehakijaa, vaikka esimerkissä 39 esiintyykin yksikön 2. persoona.

(39) Jos olet työttömänä, voit osa-aikatöillä tienata 300€ kuukaudessa ilman että se vaikuttaa työttömyysturvaasi! (AAAPalvelut)

Esimerkki 39 ei automaattisesti oletta, että tekstin vastaanottaja on työtön, mutta se kuitenkin sisältää implisiittisen ehdotuksen tekstin vastaanottajalle. Siinä ei myöskään oleteta, että tekstin vastaanottaja on työttömyysturvan varassa. Esimerkki 39 on yleinen neuvo, jolla ohjataan tekstin vastaanottajaa ja annetaan tietoa työttömyysturvan rajoituksista.

5 VAIKUTTAMISEN KIELELLISET KEINOT

Luvussa 4 esittelin aineistoni kokonaisrakennetta ja funktionaalisia osia. Näistä kahdeksasta osasta keskityn nyt enemmän työnantajan esittelyyn, työnkuvaukseen ja ihannehakijan esittelyyn. Näiden kolmen suuren funktionaalisen osan kautta työnantajasta ja työnkuvasta muodostuu houkutteleva työnantajakuva. Tähän työnantajakuvaan vaikuttaa se, mitä ja miten kerrotaan työnantajasta, sekä se, mitä ja miten kerrotaan työnkuvasta. Ihannehakijan esittely ei kerro kenestä tahansa hakijaa, vaan työnantajan muodostamasta kuvasta ideaalista työnhakijasta, jonka työnantaja haluaa palvelukseensa. Tekstin lähettäjä kuitenkin ohjaa tekstin vastaanottajaa olemaan juuri tällainen ideaali työnhakija. Alaluku 5.1 liittyy ideationaaliseen metafunktion, 5.2 intersubjektiveen ja 5.3 tekstuaaliseen metafunktion.

5.1 Kategorisointi

5.1.1 Työnantajan kategoriat

Työnantajien esittelyissä työnantaja esitellään oman alansa auktoriteettina. Aineistoa yhdistävä työnantajien kategoria on *yritys*, *yhtiö* ja *järjestö*. Näitä sitten tarkennetaan etumääritteellä, joka voi tarkoittaa toimialaa. Katteoria voi olla myös laajempi substantiivilauseke tai jopa tarkoitetta määrittävä relatiivilause.

Kaikista yksinkertaisimmillaan työnantajan kategoria muodostetaan kopulalauseella, jossa predikaatiivi antaa työnantajalle kategorian.

(1) AAA-Palvelut Oy on **telemarkkinointiyritys**, joka panostaa hyvään ilmapiiriin ja työntekijöiden hyvinvointiin. (AAAPalvelut)

(2) N-Clean on vuonna 2004 perustettu **siivouspalveluyritys**. (N-Clean)

Yritystä, yhtiötä tai järjestöä edeltää lähes aina jonkinlainen määrite (ks. esimerkki 1 ja 2), joka tarkoittaa ja samalla rajaa yrityksen toimialaa. Telemarkkinointiyritys ei tuota siivouspalveluita, eikä siivouspalveluyritys markkinoi puhelinliittymiä puhelimitse. Työnantajien yksinkertaisessa kategorisoinnissa toimii siis seuraavanlainen malli:

TYÖNANTAJA ON _____ YRITYS/YHTIÖ/JÄRJESTÖ

Mallissa viiva merkitsee toimialan rajauksen sijaintia. Yksinkertaisen kategorisoinnin malli toimii viitteellisenä, sillä kuten esimerkeissä 1–2 näkyy, esimerkit sisältävät muitakin kategorisoivia määritteitä. Esimerkissä 1 työnantajan yritystä määritellään vielä relatiivilauseella, joka ilmaisee työnantajan olevan työntekijöiden hyvinvoinnista kiinnostunut. Esimerkissä 2 tuodaan ilmi perustamisvuosi, joka tarkoittaa työnantajan historian pituutta.

Kategorisoinnin tarkoitus on tuottaa työnantajasta alansa auktoriteetti. Selvimmin tämä näkyy tapauksissa, joissa työnantajaa kuvataan ääri-ilmaisuuilla ja numeerisella määrällistämällä. Ääri-ilmaisut ovat sellaisia ilmaisuja, joilla jotakin rajataan pois. Tällaisia sanoja ovat esimerkiksi *kaikki, joka kerta ja ei kukaan*. Ääri-ilmaisujen liika käyttö voi johtaa vaikuttavuuden heikkenemiseen. (Jokinen 1999: 150–152.) Määrällistäminen eli kvantifiointi on yleinen vaikuttamisen keino. Kvantifiointia voi ilmaista numeerisella tiedolla tai määrää ilmaisevilla sanoilla. Määrällistämistä analysoitaessa voidaan kiinnittää huomiota esimerkiksi siihen, mitä määrällistetään, miten määrällistämistä käytetään, ja mikä on sen funktio. (Jokinen 1999: 146.) Seuraavissa esimerkeissä kvantifiointi esiintyy numeerisena.

(3) ISS Palvelut on **yksi Suomen suurimmista yksityisistä työnantajista** ja maan johtava kiinteistö- ja toimitilapalveluyritys. Tuotamme asiakkaillemme kokonaispalveluratkaisuja, jotka muodostuvat siivous-, kiinteistön ylläpito-, ruokailu- ja turvallisuuspalveluista sekä muista näihin liittyvistä tukipalveluista. Luomme toiminnallamme laadullista ja taloudellista arvoa asiakkaidemme liiketoimintaan. Vuonna 2016 **liikevaihtomme oli 487 miljoonaa euroa. Henkilökuntaa on lähes 10 000.** ISS Palvelut on *osa kansainvälistä ISS-konsernia, joka toimii 77 maassa.* www.iss.fi, www.issworld.com, www.facebook.com/duunISSa

(4) Enia Oy markkinoi Saunalahden liittymiä sekä Elisan elämyksellisiä ja monipuolisia palveluja suomalaisille kuluttajille. **Enia on Elisa Oyj:n 100% omistama tytäryhtiö, joka työllistää maanlaajuisesti n. 500 henkilöä.**? - - Toimimme **13 paikkakunnalla ympäri Suomen** ja *vuosien kokemus* telemarkkinoinnista on tehnyt meistä paitsi vakaan työllistäjän, myös oman alamme erityisosaajan. (Enia)

Esimerkin 3 työnantajaa kuvataan määrällistämällä, jolla kategorioita saadaan vaikuttavaksi. *Yksi Suomen suurimmista* liittyy työnantajan kuvitteelliseen, tekstinulkoisen todellisuuden mukaiseen, suurten työnantajien joukkoon ja rajaa toiminta-alueita Suomeen. Rahan kvantifiointi ei suoraan kategorisoi työnantajaa vaan liikevaihtoa, mutta liikevaihto on osa työnantajan kategorian: työnantaja on yritys, ja yrityksellä on liikevaihtoa. Henkilökunnan tai työntekijöiden määrän kuvaaminen liittyy myös työnantajan kategoriaan, jolloin suuremmat työntekijöiden määrät kuvaavat suurempaa työnantajaa. Olen kursivoinut esimerkistä *osa kansainvälistä ISS-konsernia*, koska tämä on sanallista kvantifiointia. ISS-konserni nähdään jonkinlaisena kokonaisuutena, josta otetaan osa nimeltään *ISS Palvelut*. Tätä osaa määritellään edelleen

relatiivilauseessa, jolla ilmaistaan toiminta-alueiden laajuus. Esimerkissä 3 työnantajan suuret luvut tekevät työnantajasta auktoriteetin, jota myös vahvistetaan toisella auktoriteetilla, *kansainvälisellä ISS-konsernilla*, johon esimerkin työnantaja kuuluu.

Esimerkissä 4 kvantifioidaan työnantajan kuuluminen toiseen työnantajaan. Prosenttiluku toimii tässä tapauksessa ääri-ilmaisuna: sata prosenttia on absoluuttinen, se tarkoittaa 'kokonaan'. Myös työntekijöiden ja toiminta-alueiden määrä ilmaistaan, jotta työnantajan suuruus tulisi ilmi. *Vuosien kokemus* on sanallista kvantifiointia, mutta myös määrittämätöntä, sillä teksti ei anna esimerkiksi perustamisvuotta. Sekä esimerkissä 3 että 4 työntekijöiden määrien edessä on pieni sana, jota kutsutaan kvantitatiiviseksi varaukseksi (ks. Mäntynen & Sääskilahti 2012: 203). *Noin* ja *lähes* ilmaisevat arvioita, mutta ne toimivat myös suojauksena, sillä tarkat luvut ovat myös ääri-ilmaisuja. Ilmaisemalla määrä kvantitatiivisella varauksella varaudutaan mahdolliseen vastaväitteeseen.

Myös sanalliset ääri-ilmaisut toimivat työnantajan auktoriteetin rakentamisessa. Joissakin tapauksissa lukujen antaminen voisi toimia täysin päinvastoin. Tällaisissa tapauksissa ääri-ilmaisut ovat luontevampi tapa ilmaista työnantajan merkittävyyttä.

(5) Greenpeace on **maailman vaikuttavin ja aikaansaavin ympäristöjärjestö**, joka toimii yksityisten ihmisten lahjoitusten varassa. (Greenpeace)

(6) Coronaria on **Suomen suurimpia terveys- ja hyvinvointipalvelujen tuottajia**.
- - (Coronaria)

Vaikuttavin ja *aikaansaavin* -adjektiivien voi ajatella olevan ääri-ilmaisuja, koska superlatiivadjektiivit ovat yksilöiviä ja niiden ilmaisevan ominaisuuden voi ajatella olevan vain yhdellä oliolla (VISK § 642). Esimerkissä 5 tulee myös kiinnittää huomiota, että kyseessä on *maailman* eikä vain Suomen. Työnantajan toiminta-alue on siis rajattu koko planeettaan, kun taas esimerkissä 6 alue on rajattu Suomeen. Superlatiivadjektiivi on edellä olleessa esimerkissä 3 sekä esimerkissä 6. Nämä superlatiivadjektiivit ovat monikossa, mikä tekee siitä joukon, josta työnantaja on osa. Ero näissä kahdessa on kuitenkin siinä, että esimerkin 3 työnantaja on *yksi suurimmista*, kun taas esimerkin 6 työnantaja on *suurimpia*. Näissä on kenties pieni sävyero, mutta molemmissa varaudutaan toisenlaiseen väitteeseen – jokin työnantaja onkin se suurin.

Edellä olen ilmaissut, miten ääri-ilmaisuilla ja kvantifioinnilla luodaan vaikuttavuutta työnantajien kategorisoinnissa. Aineistossani on kuitenkin työnantajien esittelyitä, joissa kvantifiointi tai ääri-ilmaisuja käyttö on joko vähäistä tai täysin olematonta. Kaikkia ei kategorisoida kansainvälisiksi yrityksiksi tai valtakunnallisesti toimiviksi, vaan osa työnantajista vetoaa muihin tekijöihin. Leksikaaliset valinnat ovat näissä tärkeitä.

(7) Pohjolan Energia Oy on **nopeasti kasvava aurinkoenergiaan erikoistunut yritys**. - - *Laadukkaat tuotteemme ja avaimet käteen -palvelumme lisäävät suosio- taan.* (PohjolanEnergia)

(8) RestaKoti on **räjähdysmäisesti kasvava yritys, jonka menestystä on siivittä- nyt nuorekas ja kilpailuhenkinen työporukka**. Yrityksenä RestaKoti **pyrkii jat- kuvasti kehittymään** ja siksi se on Suomen johtava yritys katto- ja hormipinnoitus alalla. Yrityksen arvoina *positiivisuus, rehellisyys ja itsensä kehittämishalu ovat vieneet meidät pitkälle.* (RestaKoti)

Esimerkeissä 7–8 ei ole numeerista kvantifiointia. Molemmissa on kyse *kasvamisesta*, jolloin alkupisteenä on ollut jokin pieni yritys, joka alkaa kasvaa. *Kasvaa* on metaforinen, sillä elolliset oliot kasvavat, ja se on myös intransitiivinen. Työnantajan yritys ei kirjaimellisesti kasva itses- tään, vaan muut tekijät kasvattavat sitä. Esimerkissä 7 on *nopeasti kasvava aurinkoenergiaan erikoistunut yritys* kategorisoimassa työnantajaa. Perusolettamuksena on, että työtä tekemällä yritys kasvaa. Uusien työntekijöiden panos on tällaisessa tärkeää, joten nopea kasvaminen on yhteydessä työntekijöihin ja asiakkaisiin. *Johonkin erikoistunut* -rakenne on erikoinen, sillä tämä voi implikoida, että on jotakin muutakin toimintaa kuin se, mitä ilmoituksessa kerrotaan. Siksi tämä ei rajaa toimialaa totaalisesti, koska ei ole selkeää, onko esimerkiksi Pohjolan Ener- gialla muutakin energiatoimintaa. Esimerkin kursivoitu lause liittyy tähän *nopeasti kasvami- seen* verbivalintansa *lisätä* kautta, sillä molemmissa on kyse jonkin asian kasvamisesta.

Esimerkissä 8 kasvaminen ei ole vain nopeaa vaan *räjähdysmäistä*. *Räjähdysmäinen* implikoi hallitsematonta joka suuntaan hyvin nopeasti leviävää asiaa. Esimerkissä tuodaan eks- pliisiittisesti esiin, että työntekijät ovat syy kasvamiselle. Työnantajasta tehdään elollinen, kun se *pyrkii jatkuvasti kehittymään*, mutta edelleen työntekijät ovat aktiivisia toimijoita, jotka edes- auttavat kehittymistä. Esimerkkiin tuodaan myös ilmi selkeästi arvoja, jotka ohjaavat työnan- tajan toimialaa. Molemmissa esimerkeissä sana- eli leksikaaliset valinnat ovat merkittäviä te- kijöitä työnantajan auktoriteetin ja työnantajan kuvan rakentamisessa. Työntajista syntyy myös aktiivinen tekijä passiivisen sijaan, sillä *yritykset kasvavat, laadukkaat tuotteet lisäävät ja työntekijät siivittävät menestystä*.

Työnantajan auktoriteettia ilmaistaan myös toisilla auktoriteeteilla, joilla tarkoitetaan siis esimerkin 3 kaltaisia toisten tekijöiden mainitsemista. Myös erilaisten luokitusten voi nähdä olevan auktoriteettiin viittaamista, koska luokitukset ovat kuitenkin lähtöisin toimijalta, jolla on valta antaa näitä luokituksia. Näissä työnantaja esittäytyy luotettavana, kun työnantajalla on tämä jokin, joka tekee työnantajasta vaikuttavan.

(9) **Yrityksemme kuuluu AA-luottoluokitukseen.** (AhoLiina)

(10) Naikon Oy on vakaalla pohjalla toimiva perheyrittäjä, **AAA-luottoluokituksen ja Suomen Vahvimmat -tunnustuksen saanut kasvuyrittäjä**. Tuotteemme PRO-AQUA on *terveyttä edistävä saksalainen kansainvälisesti palkittu joka kodin ihme-laite*. (Naikon)

Esimerkeissä 9–10 molemmilla työnantajilla on luottoluokitus. Esimerkki 9 on poikkeuksellinen siten, että työnantajan esittely on vain lauseen mittainen. *AA-luottoluokitus* on se, millä työnantajaa osoittaa omaa auktoriteettia. Esimerkissä 10 on kaksi tunnustusta, jotka molemmat määrittävät työnantajan: työnantajalla on nämä, joten työnantaja on luotettava. Kursivoitu osuus kertoo tuotteen saaneen jonkinlaisen tunnustuksen, mutta tätä tunnustusta ei tuoda ilmi. Huomionarvoista on myös suhtautuminen asiaan, jota tuodaan ilmi edussanan etumääritteellä *ihme*, joka liittyy koko lauseen ihmetystä herättävään maailmaan (ks. Shore 2012b: 177). Kursivoitu osa myös kertoo, miten laaja kategoria voi olla.

Kategorisointi voi olla rajaavaa. Rajaavat kategoriat ovat osakategorioita (*particularization*). *Yritys, yhtiö tai järjestö* on pääkategoria, jonka osa on esimerkiksi telemarkkinointiyrittäjä (ks. Billig 1996: 164–170). Jos työnantajan toiminta-alue on Kuopio, se ei ole silloin Helsinki. Asetelmassa 1 olen ilmaissut joitakin kategorioita, jotka rajaavat muita mahdollisuuksia pois.

Asetelma 1. Työnantajan rajaavia kategorioita.

Toimiala	telemarkkinointiyrittäjä, siivouspalveluyrittäjä, puhtauspalveluyrittäjä, ympäristöjärjestö, siivous, rakentaminen, myynti, markkinointi, kiinteistöhuolto
Sijainti	Jyväskylä, Kuopio, Siilijärvi, pääkaupunkiseutu, Suomi, maailma
Ominaisuudet	kotimainen, yrittäjävetoinen, vaikuttavin, aikaansaavin

Toimialan kategorisointi koskee tätä rajaamista. Kun ilmaistaan jonkin olevan myyntiä, ei voi olettaa sen tarkoittavan siivousta. Nämä kategoriat ovat kuitenkin tekstinulkoisessa maailmassa joustavia, koska ei ole mahdollista tietää, jos työnantaja laajentaa toimintaansa.

(11) 360 Palvelut Oy on Jyväskylän alueella toimiva kiinteistöalan monipalveluyrittäjä. **Pääasialliset palvelumme ovat siivous, kiinteistöhuolto- ja huolto, turvapalvelut sekä rakentaminen ja saneeraukset.** (360Palvelut)

(12) Connector 4 Asia on markkinointiyhtiö ja Contact Center. **Teemme myyntiä, asiakashankintaa, ajanvarauksia sekä asiakaspalvelua puhelimen ja internetin välityksellä.** (Connector4Asia)

Sekä esimerkissä 11 että 12 toimialat ovat listoina. Molemmissa esimerkeissä rajataan muita toimialoja pois ja samalla rakennetaan mielikuvaa työnantajasta. Palveluiden ilmaiseminen on

semanttisesti ja leksikaalisesti yhteydessä yrityksen kategorisointiin, koska *kiinteistöalan monipalveluyritys* tarkoittaa yrityksen kiinteistöihin. Vasta toimialat tarkentavat kategoriata. *Markkinointiyhtiö* ei yksinään ilmaise mitään, mutta *contact center* ja toimialat kertovat tarkemman määritelmän kategoriasta.

Toimialojen kategoria on joustava. Seuraavassa esimerkissä relatiivilause määrittää päätoimialaa.

(13) Aattamaan Hoiva- ja Kotipalvelut on **Kuopiossa ja Siilinjärvellä toimiva pieni perheyritys, joka tarjoaa monipuolista hoivaa ja tukea kotiin**. Meillä työskentelee yrittäjien lisäksi **puolenkymmentä ”aattajaa”**. Pääpaino työssämme on hoiva, mutta **teemme myös jonkun verran kotisiivousta** - - (AattamaanHoiva)

Esimerkissä 13 työnantajaa kvantifioidaan laatusanalla *pieni*. Sanallinen kvantifiointi ei ole välttämättä epätarkempaa kuin numeerinen, vaan se voi antaa toisenlaista informaatiota siitä, mitä määrällistetään. Kokoa ilmaisevat sanat ovat kontekstiin sidottuja, ja ne voivat ilmaista kontrastia tai arviointia. (Potter ym. 1991: 356.) *Pieni* ei itsessään kerro mitään, vaan se vaatii kontrastiparia, kuten *suuri* tai *keskikokoinen*. Tekstiin on kuitenkin valittu *pieni perheyritys*, jossa etumääräte *perhe* ja toiminta-alueet rajaavat työnantajan yrityksen kokoa. Pienuus luo myös myönteistä kodinomaista mielikuvaa, kun yrittäjätkin työskentelevät muiden työntekijöiden kanssa. Työntekijöitä kvantifioidaan numeerisen ja sanallisen rajailmauksella *puolenkymmentä*, joka ei ole tarkka ilmaus. Voisi ajatella, että *puolenkymmentä ”aattajaa”* sisältää itsessään kvantitatiivisen varauksen, jolla tarkkuutta voidaan heikentää. *Jonkun verran* on samanlainen ilmaus, kun ei ole tarpeellista tai hyödyllistä antaa tarkkoja lukumääriä.

Esimerkkien 11–13 työnantajista ei tuoda auktoriteettia esiin muuten kuin kertomalla toimialoista. Nämä yksinään eivät rakennakaan työnantajasta oman alansa ammattilaista, vaan on otettava huomioon, että työpaikkailmoitukset eivät ole vain työnantajien esittelyitä, vaan ne sisältävät eri osia, joiden kautta työnantajan auktoriteettia ja kuvaa rakennetaan. Työpaikkailmoitusten päätehtävä on ilmoittaa avoimesta tehtävästä, mutta avoimen tehtävänkin kuvaus voi rakentaa työnantajan kuvaa.

5.1.2 Työnkuvauksen kategoriat

Työnkuvausten kategorisaation tarkoitus on rajata työtä tietynlaiseksi. Työnkuvauksien kategorisointi voi myös ilmaista lisää työnantajasta, mikä edelleen rakentaa työnantajan kuvaa ja

auktoriteettia. Työnkuvauksissa kvantifioidaan ja luokitellaan asioita, joten keinot ovat samantyyppisiä.

Työnkuvausten kategorioissa ammattinimikkeet ovat rajaavia kategorioita. Ammattinimikkeet olen tuonut ilmi jo luvussa 4.2, mutta esittelen osan niistä uudelleen asetelmassa 2.

Asetelma 2. Ammattinimikkeitä.

Ajanvaraaja	Porrassiivoaja
Buukkari	Rakennussiivoaja
Asiakashankkija	Siistijä
Asiakas- ja myyntineuvottelija	Siivoaja
Contact Center -työntekijä	Toimistosiiivoaja
Myyjä	Toimisto- tai laitossiivoaja
Myyntineuvottelija	Toimitilasiiivoaja

Asetelmassa olevat ammattinimikkeet tarkentavat työtehtävän kuuluvan tietynlaiseen maailmaan. Toimistosiiivoaja siivoaa toimistoja, ja asiakashankkija hankkii uusia asiakkaita. Rakennussiivoaja ei pidä englannin kielen oppitunteja, eikä myyjä anna sairauksiin diagnooseja. Ammattinimikkeillä tekstin lähettäjä ottaa huomioon tekstin vastaanottajan, sillä ne usein ilmaisevat, mistä työstä on kyse. Poikkeuksellisia ammattinimikkeitä ovat kuitenkin esimerkiksi *palveluvastaava* ja *pr-työntekijä*, joista ei välttämättä heti tiedä, mistä on kyse.

Työnkuvausten kategorisointi ei ole pelkästään ammattinimikkeitä. Työtehtäviä ja niiden ominaisuuksia kategorisoidaan tietynlaisiksi. Esimerkiksi työaikoja voidaan kvantifioida, työvuoron kategorialla voi olla aikaan viittaava etumääräite ja työvuoroista voi osoittaa jatkuvuutta. Työsuhdettakin voidaan kategorisoida.

(14) *Iltapäivävuorossa työvuorot ovat 4h mittaisia* ja sijoittuvat klo 13.00–19.00 välille. *Yleisin työvuoro* on klo 14.00–18.00 tai 14.30–18.30. Työskentelemme **vuoden jokaisena päivänä**, joten *työvuoroja on myös viikonloppuisin*. Työtunteja tulee **noin 60h/3 viikossa, 5 työvuoroa viikossa**. (Sodexo)

(15) Työ sopii erinomaisesti opiskelujen ohelle, sillä voit työskennellä vapaavalintaisina arki-iltoina **3-5 kertaa viikossa**. Työajat ovat maanantaista torstaihin kello 16-20:30 ja perjantaisin 15-19:15. (Greenpeace)

(16) Työ on ainakin aluksi **osa-aikainen ja määräaikainen päivätyö**. (Aattamaan-Hoiva)

Esimerkeissä kategorisoidaan työnkuvausten työvuoroja. Esimerkissä 14 kvantifioidaan työvuoron pituus ja sijoitetaan se vielä kellonaikojen väliin. Ääri-ilmaisulla tuodaan ilmi työvuorojen päivittäisyys, jota vielä tarkennetaan rajaavalla relatiivilauseella sekä jatkuvuutta ilmaisuvalla *isin*-johtimen sisältävällä adverbilla *viikonloppuisin* (ks. VISK § 378, 1166). *Yleisin*

työvuoro kertoo, että muitakin mahdollisuuksia on, ja työvuoroja voi olla muulloinkin. *Iltapäivävuoro* on kategoria, jonka etumääräte tarkentaa työvuoron ajankohtaa. Muita tällaisia ovat *aamuvuoro*, *iltavuoro*, *yövuoro*. Esimerkissä 15 kvantifioinnilla ilmaistaan vaihtoehtoisuutta ja valinnanvapautta, jolloin työvuoro voi olla vaikkapa maanantaina, keskiviikkona ja perjantaina. Esimerkissä 16 työsuhdetta kategorisoidaan vakiintuneella termeillä *osa-aikainen* ja *määräaikainen*. Osa-aikaisuus mahdollistaa sellaistenkin hakijoiden mielenkiinnon, joilla jo on työ tai muu aikaa vievä asia.

Työnkuvauksissa voidaan kategorisoida työ tarkemmin tietyn toimialan mukaiseksi. Jos työnantajan esittelyssä ei käy ilmi tarkka toimiala, se voidaan tuoda esiin työnkuvauksesakin. Tällä tavalla työnkuvauksen kategoriat voivat kategorisoida työnantajankin johonkin tiettyyn ryhmään, etenkin niissä tapauksissa, kun työpaikkailmoitus ei sisällä työnantajan esittelyä.

(17) Etsimme tunnollista siivoajaa kotisiivoukseen. - - Ensin teet vain parityöskentelyä. Myöhemmin myös yksin siivousta. Siivoat samoilla asiakkailla. Meillä on vakituiset asiakkaat, joilla käymme siivoamassa. Asiakkaiden luona on siivousvälineet. Mattoja ei asiakkailla tampata. (AhoLiina)

(18) Työ on pääosin normaalikokoisten kotien siivoustyötä. Pienemmissä kodeissa toimitaan yksin ja isommissa yhdessä työkaverin kanssa. Eli mattojen ravistusta, imurointia, lattian pesua, pölyjen pyyhkimistä ja wc- ja pesutilojen pesua. Osalle asiakkaista hoidetaan myös asiointipalvelua ja käydään ruokakaupassa joko yhdessä asiakkaan kanssa tai yksin, saatetaan käydä esim. hautausmaalla istuttamassa kukkia, haravoida pihaa, pestä ikkunoita jne. Eli mitä tahansa, sisältöä ei ole rajattu, kunhan toimitaan lain puitteissa. Tarjoamme arjen apua, emme terveydenhuollon palveluja. (Kotipalvelu)

(19) HAEMME NYT MOTIVOITUNEITA MYYJIÄ SUOMESSA JA MAAILMALLA OLEVIIN KOHTEISIIMME! Pitkäaikainen yhteistyökumppani hakee viittä (5) uutta myyjää myynti- ja asiakaspalvelutehtäviin joko Suomeen tai maailmalle. Työnkuvasi on energia-alan myynti- ja asiakaspalvelutehtävät puhelimitse. - - Etsimme kokeneita sähkömyyjä kaikkialle maailmaan. (GlobalSuncanInternational)

Esimerkin 17 työnantaja esitellään, mutta esimerkkien 18–19 työnantajia ei esitellä. Esimerkin 17 työnantajan esittely on esimerkissä 9. Työnkuvauksessa työnantaja saa kategorioita. Työnantaja on siivousalalla toimiva, mutta siivousta ei sen tarkemmin määritellä. Vain *mattojen tamppaus* rajataan pois. Esimerkissä 18 annetaan paljon kategorioita sille, mitä työ on. Pääkategoriana on *arjen apu*, josta osakategorisoinnin avulla erotellaan pienempiä kategorioita. Esimerkissä 19 etsitään *sähkömyyjä*. Ilmoituksen sisältämä otsikko kuitenkin sisältää kategorian *puhelinmyyjä*. Sähkömyyjä siis sisältyy puhelinmyyjän kategoriaan tässä esimerkissä.

Työnkuvausten tarjouksissakin työnkuvaa rakennetaan tietynlaiseksi. Kuten totesin luvussa 4.4, luokittelen tarjoukset osaksi työnkuvausta, koska tarjoukset eivät sisällä mitään sel-laista, jonka kanssa ei olla tekemisissä työssä.

(20) Tarjoamme:

- helposti myytävän, uuden raikkaan tuotteen
- hyvän valmennuksen tehtävään
- hyvän kiinteän tuntipalkan 10€
- tuntipalkan 10€ lisäksi hyvät provisiot ja bonukset (parhaat tienaaavat yli 20€ tun-nissa)
- sähköiset työkalut ja valmiit asiakkaat
- hyvän työilmapiirin
- viihtyisät toimitilat Malmin juna-asemalta 250 metriä. (Riafi)

(21) Tarjoamme vakituisen työpaikan ja asiakaskohteiden lisäksi kannustavan työ-yhteisön ja täydet mahdollisuudet kehittää omaa ammatillista osaamista ja uraa puhtauspalvelualan puitteissa. (Dastia-Siivous)

Esimerkissä 20 on kaksi palkkauksen kategoriaa, tuntipalkka ja proviisio. Palkkauksen katego-riat ovatkin tärkeitä telemarkkinoinnin työpaikkailmoituksissa, koska työ voi koostua joko tun-tipalkasta ja provisiosta tai vain provisiosta. Palkkauksen kategoriaan kuuluu näiden lisäksi vielä *takuupalkka* ja *työehtosopimuksen mukainen palkka*. Esimerkissä 20 esitellään työnkuvaa, jotta voidaan muodostaa jonkinlainen toimialan kategoria, joka on siis *myynti*. Työnkuvaa vielä kategorisoidaan välinein (*sähköiset työkalut, valmiit asiakkaat*) sekä ilmaisemalla toimiston si-jainti. Sijainnit ovat aina rajaavia, koska esimerkiksi on olemassa vain yksi Malmin juna-asema. Esimerkissä 21 työnkuvaa tarkennetaan *vakituiseksi*, joten kyseessä ei ole *määräaikaisuuden* kategoria. Molemmissa työnkuvaa rakennetaan muiden ympärillä olevien työntekijöiden kautta: *hyvä työilmapiiri ja kannustava työyhteisö*.

Työnkuvausten kategoriat voivat olla työnantajien kategorioiden tapaan rajaavia. Jos työaika on *iltavuoro*, työhön ei tulla aamulla, ja jos työtä tehdään *3-5 kertaa viikossa*, silloin ei olla töissä joka päivä. Asetelmassa 3 esittelen joitakin työnkuvausten rajaavia kategorioita.

Asetelma 3. Työnkuvausten rajaavia kategorioita.

Ammattinimikkeet	siivooja, myyjä, myyntineuvottelija, siistijä
Toimiala	siivous, myynti, markkinointi, asiakashankinta, ajanvaraus, televa-rainhankinta
Sijainti	maailma, Suomi, Pirkanmaa, Tampereen keskusta
Työvuorot	iltavuoro, iltapäivävuoro, aamuvuoro, neljän tunnin mittaiset työvu- rot, viiden tunnin mittaiset työvuorot, 3–5 kertaa viikossa
Työsuhde	osa-aikainen, määräaikainen, vakituinen, kokoaikainen

Asetelmassa olevat kategorisoinnit rajaavat työtä tietynlaiseksi. Tekstinulkoisessa maailmassa tilanne voi olla toisin, jolloin esimerkiksi *iltavuoro* voi muuttua joksikin toiseksi vuoroksi tai *osa-aikaisesta siivoojasta* tuleekin *kokoaikainen siivooja*.

Työnkuvausten kategoriat vaikuttavat automaattisesti työnantajien kategorioihin. Jos työnantajan esittelyssä rajataan sijainti Jyväskylän alueelle, on oletettavaa, että silloin työtehtäväkin sijoittuu Jyväskylän alueelle. Sen sijaan koko maailmassa vaikuttava järjestö voikin toimia esimerkiksi Helsingissä. Toisin sanoen rajatusta ei pääse rajaamattomaan, mutta rajamattomasta pääsee rajattuun.

Esittelen työnkuvausten kategorioiden lopuksi poikkeuksellisen työpaikkailmoituksen aineistostani kokonaisuena. Ilmoituksen ammattinimikkeenä on *pr-työntekijä*. Työnkuvauksista käy usein helposti ilmi, mitä työ on, koska se esitellään omana erillisenä kappaleena tai edes kokonaisin lausein. Esimerkissä 22 työnkuvaus on ihannehakijan esittelyn ja erillisen aloituksen kanssa kietoutunut täydellisesti yhteen niin, että työn kategoriat pitää muodostaa olettamalla.

(22) Oletko ihmisten kanssa hyvin toimeentulevaa tyyppiä? Oletko kenties *puheliias persoona*? Oletko jo aikaisemmin ollut **vastaavissa tehtävissä**? Jos et, se ei haittaa, mutta jos olet, niin katsomme sen eduksesi! *Eihän sinulla mene sormi suuhun uusissa tilanteissa*, etkä pelkää **sopia tapaamisia** itsellesi? **Tarvitsemme lisälmen toimistoamme edustamaan räväkkä ja sanavalmis henkilö. Etsimämme kaverimme on ahkera ja sosiaalinen tyyppi!** Työhön saat **perehdytyksen**, joten *aiempi kokemus ei ole välttämätön!* **Tarjoamme koulutuksen lisäksi kiinteän TUNTI-PALKAN + BONUSSET päälle. Joustavat työajat, Ajokortti ei ole välttämätön**, mutta ei ole myöskään haitaksi. Täytämme paikan heti oikean henkilön löydyttyä!! (Finnacta)

Esimerkin 22 työpaikkailmoitus on poikkeuksellinen, koska työnkuvaus on sijoittunut palasiksi koko tekstiin. Lihavoidut kohdat ovat työnkuvausta, mutta ne eivät yksinään implikoi mitään työtehtävästä. Kursivoidut ovat ihannehakijan kategorioita, joita yhdistämällä työn kategorioihin saadaan jonkinlaisia luokitteluja työlle. Ilmoituksen erillisessä aloituksessa olevat johdattelevat retoriset kysymykset implikoivat *asiakaspalvelua* tai ainakin *ihmisten kanssa työskenteilyä*. *Sopia tapaamisia* sopisi *asiakashankintaan* tai *myyntiedustamiseen*. Ihannehakijan kategoriat tukevat *asiakaspalvelua*, ja *oma auto* tarkoittaa kategoriaa *myyntiedustamiseen*. Palkkaus ja myös työaika saavat kategoriat, sillä *joustava työaika* on oma kategoriansa. Esimerkki 22 on oiva esimerkki siitä, että työnkuvauksen kategoriat voivat olla yhteydessä ihannehakijan kategorioihin, ja analysoinkin ihannehakijan kategoriat seuraavaksi.

5.1.3 Ihannehakijan kategoriat

Jos työnkuvaukset kuvasivat myös työnantajan kategorioita, ja ihannehakijoiden kategoriat kuvaavat työnkuvauksen kategorioita, niin ihannehakijoiden kategoriat kuvaavat myös työnantajan kategorioita. Luokittelemalla ihannehakija tietynlaiseksi, tekstin lähettäjä rakentaa ideaalin työnhakijan kuvaa. Lähettäjä myös ehdottaa ihannehakijan kategorioilla, millainen työnhakija voi olla – opiskelija, eläkeläinen, työtön tai lisätyötä haluava.

Ihannehakijoiden kategoriat ovat hieman erilaisia kuin työnantajan ja työnkuvauksen. Ihannehakijoita ei rajata yhtä voimakkaasti, vaan oikeastaan kuka tahansa kelpaa. Joitakin rajaavia kategorioita on, ja tuonkin ne esiin heti esimerkeillä.

(23) Jos olet iloinen reipas ja **vähintään 16-vuotias**, saatat olla hakemamme henkilö. **Emme edellytä aikaisempaa kokemusta** myyntityöstä, vaan koulutamme tehtävään. (Riafi)

(24) - - ja se edellyttää **nuhteetonta taustaa** sekä mielellään asumista Suomessa viimeiset viisi vuotta. - - **Suullinen suomen kielen taito** on tehtävässä välttämätön. **Ajokortti** on hakijalle etu ja mahdollistaa etenemisen organisaatiossamme. (Sodexo)

Ihannehakijan rajaavia kategorioita ovat sellaiset ominaisuudet, joita joko on tai ei ole. *Ikä* ja *kokemus* voivat olla tällaisia kategorioita, mutta esimerkissä 23 vain ikä on rajoittava kategoria. Myös *ajokortti* ja *kielitaito* ovat rajoittavia, joista esimerkissä 24 kielitaito on pakollinen. Karitiiviadjektiivit (ks. VISK § 292), kuten *välttämätön* ja *nuhteeton*, ilmaisevat usein sellaisia asioita, jotka ovat välttämättömiä.

(25) Sinun tulee olla **ehdottoman luotettava**, fyysisesti hyvässä kunnossa ja sinulla tulee olla ajokortti ja oma auto käytössä (ensimmäisen ja viimeisen asiakkaan välisestä matkoista km-korvaus). (KotipalveluAitoapu)

Esimerkissä 25 karitiiviadjektiivi määrittää *luotettavaa*, mutta adjektiivi *luotettava* on suhteellinen: joku voi olla luotettavampi kuin toinen. Myös tekstin lähettäjän näkökulma voi olla erilainen kuin tekstin vastaanottajan. *Fyysisesti hyvässä kunnossa* on myös suhteellista, koska tekstin vastaanottaja voi kokea täyttävänsä tämän odotuksen, vaikka tekstin lähettäjä ajattelisi toisin. Sen sijaan *autollisten* kategoria on absoluuttinen: joko auto on tai ei ole.

Ihannehakijan kategorioihin kuuluu enemmän suhteellisia kategorioita kuin absoluuttisia. Ihannehakijaa ei pääsääntöisesti kategorisoida *tamperelaiseksi työttömäksi työnhakijaksi*, vaan luokittelut ovat sellaisia, joita työnhakija helposti näkee itsessään.

(26) Mikäli olet:
- **huumorintajuinen**
- **sosiaalinen**
- **oma-aloitteinen**
- **”siivousintoilija”**
olet juuri etsimämme henkilö (=) (SiivouspalveluFressi)

(27) Edellytämme sinulta:
Urheilu voi olla jollakin muotoa lähellä sydäntäsi, tiedät eri lajeista jo jotain.
Toivomme **aitoa kiinnostusta myyntityöhön** sekä **rohkeutta, intohimoa ja motivaatiota**.
Tulevilt huippumyijiltä odotamme **positiivisuutta, ahkeruutta, keskittymiskykyä ja kärsivällisyyttä**. Kukaan ei ole seppä syntyessään mutta jos **asenne** on ja pysyy kunnossa, niin myyntiä tulee. (StaffPoint)

(28) Hakijalta odotamme **ahkeruutta, myyntihenkisyyttä ja kehittymisen halua**. (UrheilunUnelma-Arpa)

Esimerkkien 26–28 kategoriat ovat sellaisia, että kuka tahansa voi olla tähän joukkoon kuuluva. Vastuu näistä ominaisuuksista, luokittelusta, on sekä tekstin lähettäjällä että vastaanottajalla. Tällaisten ominaisuuksien ilmaisemisen tarkoituksena ei olekaan rajata ketään pois, vaan laajentaa sitä ideaalien työnhakijoiden joukkoa. Mitä enemmän ilmaistaan suhteellisia ominaisuuksia, sitä laajempaa joukkoa työpaikkailmoitus koskee.

Ihannehakijan kategorioihin kuuluu myös ehdotukset siitä, mitä ihannehakija voisi olla. Nämä eivät rajaa työnhakijoita, vaan ehdottavat millainen ihannehakija voisi olla.

(29) Työ soveltuu erinomaisesti esimerkiksi **osa-aika-** tai **iltatöitä etsivälle**. (HelsinkiMissio)

(30) Ajanvaraustyömme sopii hyvin päätyöksi, sivutyöksi, **opiskelujen** tai toisen työn ohen, myös **eläkkeellä olevalle**. (Naikon)

(31) Tehtävä soveltuu hyvin esimerkiksi **välivuoden pitäjälle** tai **työuransa alussa olevalle!** (AlenConsulting)

Esimerkit 29–31 sisältävät ihannehakijan kategorioita, jotka myös määrittävät työn kategorioita. Tekstin vastaanottajan ei ole pakko olla opiskelija tai eläkeläinen, mutta vastaanottaja voi olla tällainen. Tekstin lähettäjä ikään kuin ehdottaa vastaanottajalle, että työ on tehtävissä, vaikka esimerkiksi opinnot tai päätyö veisi aikaa.

Rajaamattomien kategorioiden käyttö mahdollistaa suuremman määrän työnhakijoita. Suuresta määrästä työnhakijoita valitaan sitten työhaastattelussa parhaimmat. Työnkuvausten ja työnantajan kategorioissa esittelin asetelmissa rajaavia kategorioita, mutta ihannehakijan kategorioista esittelen myös rajaamattomia. Työnantajan ja työnkuvauksen kategoriat rajasivat

työnantajaa tietyntylaiseksi, mutta ihannehakijan esittely on rajaamattomampaa. Asetelmassa 4 on erilaisia ihannehakijan kategorioita.

Asetelma 4. Hakijan kategorioita.

Rajatut	vähintään 16-vuotias, täysi-ikäinen, auton omistava, ajokortillinen, kokenut, kokemus, nuhteeton tausta, kielitaitoinen
Rajatut (ehdotukset)	opiskelija, välivuotta pitävä, työuran alussa oleva, eläkeläinen, työtön
Rajaamattomat	huumorintajuinen, sosiaalinen, luotettava, ”siivousintoilija”, oma-aloitteinen, myyntihenkinen, kehityshenkinen, puhelias, ahkera, positiivinen, iloinen, innokas, rohkea, intohimoinen, motivoitunut

Ihannehakijan rajatuista kategorioista *kielitaitoinen* on rajatun ja rajaamattoman rajalla, koska kielitaitoisuus voi olla suhteellista. Jos kielitaidon tasoa ei määritellä tekstissä, aloitteleva kielenkäyttäjänkin voi olla *kielitaitoinen*. Aineistossani ei anneta tarkkoja määritelmiä kielitaidosta, vaan ilmaistaan kielitaidon vaatimus *hyväksi* tai *välttämättömäksi*.

5.2 Persoona ja modaalisuus

5.2.1 Työnantajan *me* ja vastaanottajan *sinä*

Työnantajan esittelyissä sekä tekstin lähettäjään että työnantajaan viitataan monikon 1. persoonalla sekä työnantajan nimellä, ja sillä ilmaistaan myös kategoriaa. Persoonan tarkoituksena on luoda tekstin lähettäjältä ja työnantajasta ”me”-ryhmä, johon tekstin vastaanottaja halutaan mukaan. Aineistossani on kolme työnantajan esittelyä, joissa ei viitata *meihin*, vaan niissä esiintyy vain työnantajan nimi. Pronominilla *me* on tavanomaisessa käytössä merkitys ’minä yhtenä asianosaisena’ (Pälli 2003: 96).

(32) Carrot – **meillä** on töitä!

Carrot Palvelut Oy on kotimainen, vuonna 1998 perustettu henkilöstövuokraukseen ja rekrytointiin erikoistunut yritys. Työllistämme päivittäin useita satoja eri toimialojen osaajia. Joustavat ja henkilökohtaiset palvelumme tavoittavat valtakunnallisesti kaikki Suomen talousalueet. (CarrotItä-Suomi)

(33) Olemme merkittävä pääkaupunkiseudun liikuttaja ja hyvinvoinnin edistäjä. Olemme Helsingin kaupunkikonserniin kuuluva tytäryhteisö ja **meillä** on kahdeksan liikuntapaikkaa ympäri Helsinkiä hyvien kulkuyhteyksien päässä: Kalliossa, Kontulassa, Malmilla, Mäkelänrinteessä, Pasilassa, Siltamäessä, Töölössä ja Vuosaarella. **Meillä** käy noin 2,5milj. asiakasta – vauvasta vaariin ja tunnelma on koitoisa ja rento. Palvelutarjontamme on erinomainen ja monipuolinen kattaen mm. uinnin, palloilun, ryhmäliikunnan ja kuntosalin. Urheiluhallin työntekijöitä

yhdistää innostus ihmisten hyvinvointiin ja siksi **meillä** on kiva tehdä töitä. **Meitä** onkin jo yli 300. (Urheiluhallit)

Esimerkeissä 32–33 tekstin lähettäjä ja työnantajaa edustavat *meillä*, *meitä* ja verbin monikon 1. persoonan persoonapäätte *-mme*. Tekstin lähettäjä puhuu työnantajan puolesta ja kuuluu itsekin tähän ”me”-ryhmään. Työnantajakuvan rakentamisessa *me* on eksklusiivinen eli tekstin vastaanottajaa ei ajatella kuuluvan samaan ryhmään (Larjavaara 1990: 71; Yli-Vakkuri 1986: 99). Retorisesti *me*-puhe on eräänlaista asiantuntijan lausunnon vahvistamista, kun tekstin lähettäjä ei seiso asiansa takana yksin vaan esiintyy suuremman joukon tai ryhmän nimissä (Jokinen 1999: 139). Puhe *meinä* yhdistää työnantajia ja työntekijöitä vastakkaisten ryhmien sijaan, ja muodostaa työnantajasta kokonaisuuden, jossa kaikilla on yhteinen intressi (Kantola 2004: 55). Tekstin vastaanottajan näkökulmasta tämä on houkuttelevaa, sillä työntekijän ei tarvitse yksin kantaa vastuuta. Esimerkeissä 32–33 *me* ei siis viittaa vain tekstin lähettäjään, vaan tekstin lähettäjä edustaa koko työnantajaa ja samalla saa työnantajan ”siunauksen” esittämälleen asialle. Monikon 1. persoona liitetään joko verbiin tai substantiiviin, tai se esiintyy pronomininä.

Kolmessa aineistoni työnantajan esittelyssä tekstin lähettäjä ei viittaa itseensä ja työnantajaan monikon 1. persoonalla. Näissä ilmoituksissa työnantajaa esitellään neutraalisti ulkopuolisen silmin.

(34) Liikunta- ja hyvinvointikeskus Fressi **on** maan johtava kotimainen liikuntakeskusketju. Kuluneen 35 vuoden aikana Fressi **on laajentunut** nykyiseen mittaansa, 27 virkeään keskukseen ympäri Suomen. Fressi liikunta- ja hyvinvointikeskusketjun toimipaikat **sijaitsevat** Helsingissä, Espoossa, Vantaalla, Kirkkonummella, Tampereella, Ylöjärvellä, Seinäjoella, Kuopiossa, Mikkelissä, Oulussa, Lahdessa ja Joensuussa. (FysiolineFressi)

(35) Greenpeace **on** maailman vaikuttavin ja aikaansaavin ympäristöjärjestö, joka **toimii** yksityisten ihmisten lahjoitusten varassa. (Greenpeace)

(36) Vitamail **on** yksi Pohjoismaiden suurimmista ravintolisävalmistajista ja *Vitamailin tuotteet ovat löytäneet tiensä jo yli 150 000 kotitalouteen Pohjoismaissa*. Vitamailin valttikorttina **ovat** ainutlaatuiset ravintolisätuotteet, jotka **on valmistettu** markkinoiden laadukkaimmista raaka-aineista. (Vitamail)

Esimerkeissä 34–36 ei viitata *meihin*. Sen sijaan tekstin lähittäjän ja työnantajan persoona on häivytetty. Näissä esimerkeissä työnantaja ikään kuin itsestään on muuttunut tietynlaiseksi eli tilanne saadaan näyttämään riippumattomalta tosiasialta (ks. Jokinen 1999: 140–141). Selkeämpi esimerkki tästä on esimerkin 18 lause *Vitamailin tuotteet ovat löytäneet tiensä jo yli 150 000 talouteen Pohjoismaissa*, jossa toiminnan lopputulos *Vitamailin tuotteet ovat löytäneet tiensä* on keskipisteenä eikä niin työnantaja itse.

Edellä olleet esimerkit on otettu pois kontekstistaan. Vaikka esimerkkien 34–36 työnantajan esittelyissä ei monikon 1. persoonaa esiinny, silti muut osat kuitenkin sisältävät monikon 1. persoonan ja sen muodostaman kategorian *me*. Työnkuvauksissa ja ihannehakijan esittelyissä kategoria *me* on läsnä joko eksplisiittisesti tekstiin kirjoitettuna tai implisiittisesti, kun osaa yhdistää muihin osiin.

Työnkuvauksessa ja ihannehakijan esittelyissä viitataan tekstin lähettäjään ja työnantajaan monikon 1. persoonalla ja vastaanottajaan yksikön 2. persoonalla. ”Sinä” on oma kategoriansa, johon kuuluvat kaikki mahdolliset tekstin vastaanottajat. ”Sinä” on aina spesifis-definiittinen, koska viittausta tulkitaan aina kontekstinsa mukaan (Larjavaara 1990: 48–49). Yksikön 2. persoona yksilöi työpaikkailmoitusta ja saa tekstin vaikuttamaan siltä, että sen vastaanottaja on ainut henkilö, jolle puhutaan. Työnkuvauksissa voi tulla mukaan kolmaskin henkilö eli asiakas tai asiakasyritys.

(37) **Etsimme** tunnollista siivoajaa kotisiivoukseen. - - Ensin **teet** vain parityöskentelyä. Myöhemmin myös yksin siivousta. **Siivoat** samoilla asiakkailla. **Meillä** on vakituiset asiakkaat joilla **käymme** siivoamassa. Asiakkaiden luona on siivousvälineet. Mattoja ei asiakkailla tampata. Asiakkaalta toiselle siirtymisestä **maksamme** täyden tuntipalkan ja kilometrikorvaukset. Veroton kilometrikorvaus on 0,41/km. **Meillä** ei ole Helsingin keskustassa asiakkaita, joten sinne ei tarvitse ajaa. Oma autoa **tarvitset** liikkumiseen asiakkaalta toiselle. (AhoLiina)

(38) Nyt **haemme** täydennystä **televarainhankintatiimiimme** Helsingissä. Työssä **pääset** keskustelemaan Greenpeacen mahtavien lahjoittajien kanssa *meille kaikille* tärkeistä ympäristöasioista. **Tavoitteemme** on sitouttaa nykyisiä sekä hankkia uusia lahjoittajia ja hankkia varoja **ympäristötyöhömmme**. Työssä **opit** paljon varainhankinnasta ja vahvistat samalla **vuorovaikutustaitojasi**. (Greenpeace)

Esimerkeissä 37–38 viitataan lähettäjään monikon 1. persoonalla ja vastaanottajaan yksikön 2. persoonalla. Esimerkkeihin kirjoittuu myös kolmannetkin persoonat, jotka ovat esimerkin 37 asiakkaat ja esimerkin 38 lahjoittajat. Työnkuvauksessa tekstin lähettäjä alkaa toimia yhdessä vastaanottajan kanssa siten, että vastaanottaja on aktiivinen toimija ja lähettäjä vain kertoo, miten toimia.

Työnkuvauksessa toimijuus voidaan myös kadottaa kokonaan passiivilla, jolloin toiminnasta itsestään tulee tärkein asia eikä se, kenelle puhutaan tai kuka puhuu. Suomen passiivilla on elollinen toimija, joka voi kuitenkin olla määrittämätön (Koivisto 1991: 49; Kuiri 2000). Passiivi siirtää tekijän tai tekijät toissijaisiksi ja tuo toiminnan tärkeämmäksi asiaksi. Kun toiminta on tärkeämpää, ei ole niin väliä, kuka toiminnan toteuttaa. Toiminnan korostaminen ja tekijän häivyttäminen voidaan nähdä kielenkäyttöön kuuluvana valtana (Jokinen 1999:

141). Tällöin passiivi toimii vain ilmoituksena työtehtävästä, kun taas yksikön 2. persoona implikoi, että vastaanottaja voisi olla se, joka saa työpaikan.

(39) Työtä **tehdään** pääsääntöisesti viikonloppuisin, perjantai-iltaisain ja lauantai-aamuisin. (ISSPalvelut)

(40) Työ **tehdään** asiakkaiden kotona, - - (AattamaanHoiva)

(41) Työtä **tehdään** arkena päivisin ja tunteja on viikottain n. 5–10. (BanssiHäme)

(42) Työtehtäväsi soveltuvat osa-aikaiseen työskentelyyn, työ, vapaa-aika ja koulu **saadaan** siis helposti **sovitettua** yhteen. (AAAPalvelut)

Esimerkeissä 39–42 toiminta itsessään on tärkeämpää kuin se, ketkä ovat osallistujina. Aineistossani passiivin tehtävä on juuri tuoda toiminnan tärkeyttä esiin tekijöiden häivyttämisen sijaan, sillä työpaikkailmoitus on kuitenkin avoimen tehtävän kuvausta tekstin vastaanottajalle. Passiivi ei siis häivytä tekijöitä, koska tekstin vastaanottaja ymmärtää olevansa se mahdollinen tekijä, joka on osallisena toiminnassa. Esimerkin 42 passiivi poikkeaa muista siksi, että se ei kuvaa työn toimintaa, vaan työhön liittyviä muita asioita.

5.2.2 Ohjaileva työnantaja

Työnantajien esittelyissä modaalisuutta esiintyy tarjouksina, ohjailuna, välttämättömyyksinä ja kieltoina. Tarjoukset ovat työnantajien esittelyiden erikoispiirre, ja ne ovat nimestään huolimatta poikkeuksellisia vastaanottajan näkökulmasta, sillä tarjoukset on tarkoitettu kolmannelle osallistujalle eli asiakkaille. Näiden lisäksi työnantajien esittelyissä modaalisenä lausetyyppinä on väitelause, jonka tehtävä on osoittaa faktoja ja tietoja työnantajasta, jotta vastaanottaja tietää, mitä työnantajan toimialoihin kuuluu.

(43) DNA Kauppa Oy pitää sisällään puhelinpalvelukeskukset sekä myymälät. DNA Kauppa **tarjoaa** matkapuhelimia, puheliittymiä, liikkuvaa ja kiinteää laajakaistaa, TV-palveluja niin antenni - kuin kaapelikoteihin sekä ennen kaikkea asian-
tuntevaa palvelua jokaiselta aihealueelta.

(44) Valtti Henkilöstöratkaisut on aidosti palveluhenkinen, ammattitaitoinen henkilöstöalan ratkaisujen tarjoaja. Palveluihimme kuuluvat henkilöstövuokraus sekä rekryointipalvelut sisältäen soveltuvuusarvioinnit hakijoille. Toimintamme kulmakiviä ovat luotettavuus ja asiakaslähtöinen toimintatapa. Yrityksemme **tarjoaa** tehokasta toteutusta mutta lämminhenkistä palvelua. (ValttiHenkilöstöratkaisut)

Esimerkkien 43–44 *tarjota*-verbit ovat mahdollisuuksia kuvaavia. *Minä tarjoan sinulle* ei tarkoita, että vastaanottajan tarvitsee ottaa mitään vastaan. Työnantajan esittelyissä tarjoukset ovat väitelauseen tapaan ohjeita työstä, mitä tarjotaan, ja tietoa vastaanottajalle siitä, mitä kaikkea saattaa päätyä itse tekemään. Esimerkin 43 tarjoukset kolmannelle ulkopuoliselle ryhmälle ovat konkreettisia materiaalisia asioita ulkomaailmasta, joiden parissa vastaanottaja työskentelee, jos päättää hakea työtä ja päätyä työhön. Esimerkin 44 tarjous on abstraktimpi ja suhteellinen, sillä *tehokasta toteutusta ja lämminhenkistä palvelua* ei voi mitata tai arvioida muut kuin palvelun vastaanottaja. Esimerkeissä rakennetaan väitelauseiden avulla työnantajasta varma ja todenmukainen kuva siitä, millainen työnantaja on.

Kielto on toinen erikoispiirre työnantajan esittelyissä. Kielto on kuitenkin harvinainen, mutta on tärkeää tuoda esiin myös poikkeavia työnantajan esittelyjä. Kielto on modaalista (VISK § 1610), ja kiellolla ilmaistaan, että jokin asiointi tai ominaisuus ei pidä paikkansa tai että jotakin ei vain ole. Kieltoa voidaan käyttää myös kehotuksissa ja pyynnöissä, ja se on tunnusmerkkinen, koska on odotuksenmukaisempaa puhua siitä, mitä on kuin siitä, mitä ei ole. (VISK § 1615–1616.) Kiellon retorinen tehtävä on oikaista vääriä johtopäätöksiä, joita tekstin vastaanottaja saattaisi olettaa.

(45) Olipa kerran herrat Josef Lassila ja Frithjof Tikanoja, jotka vuonna 1905 perustivat Vaasaan pienen tukkukaupan. Vuoteen 2017 mennessä Lassila & Tikanojasta on kehittynyt yksi Suomen suurimmista monipalveluyrityksistä. **Emme** kuitenkaan **tyydy tähän**, vaan vaatimaton tavoitteemme on muuttaa kulutusyhteiskunta kierrätysyhteiskunnaksi ja tarjota samalla toimivia siivouspalveluja. (Lassila&Tikanoja)

(46) AAA-Palvelut Oy on telemarkkinointiyritys, joka panostaa hyvään ilmapiiriin ja työntekijöiden hyvinvointiin. Töissä pitää olla hauskaa ja mukavaa! Meillä **ei pukuherrat pyöri tärkeilemässä**, vaan ovat työpaikalla työntekijöitä auttamassa. (AAA-Palvelut)

Esimerkeissä 45–46 kielletään väärä johtopäätös. Esimerkissä 45 väärä johtopäätös olisi, että kehittyminen yhdeksi suurimmista monipalveluyrityksistä riittäisi työnantajalle. Tällainen käsitys kumotaan kiellolla, jonka jälkeen *vaan*-konjunktioilla alkavalla lauseella kerrotaan asiointilojen oikea vaihtoehto. *Vaan* yhdistää kaksi lausetta, joista jälkimmäinen edustaa oikeaa vaihtoehtoa. *Vaan*-konjunktio on kieltohakuinen, sillä sitä edeltää usein kielto sana. (Eronen 1999.) Kieltohakuisuus tarkoittaa sitä, että jotkin sanamuodot, sanat, liitepartikkelit ja muut ilmaisut esiintyvät ensisijaisesti kieltojen vaikutusalassa (VISK § 1634).

Kiellot eivät ole vain kieltoverbillisiä, kuten esimerkeissä 45–46. Kieltoja ovat myös sanat, jotka sisältävät karitiivijohtimen (VISK § 292). Esimerkissä 45 on yksi tällainen

karitiivijohdos, kieltopartisiippi, *vaatimaton*. Esimerkin karitiivijohdos toimii samalla tavalla kuin kieltoverbillinen kieltö, sillä se tekee tarkoitteestaan *tavoite* merkittävän. Kontekstissaan sen voi tulkita ironiseksi, sillä esimerkin työnantajan tavoitetta ei voi ajatella vaatimattomaksi. Ilman karitiivijohdosta työnantajan tavoite ei esiintyisi niin merkittävänä. Karitiivijohdos löytyy toisestakin työnantajan esittelystä.

(47) Olemme tunnettuja pitkistä ja antoisista työurista. Jokainen Oceanilainen aloittaa samasta lähtöruudusta ja etenemismahdollisuudet ovat **rajattomat**. (OceanStone)

Esimerkin 47 karitiivijohdos kieltää ja vahvistaa etenemismahdollisuuksien mahdollisuutta. Voisi ajatella, että työ alkaa tietystä pisteestä ja on olemassa päätepiste. Sen sijaan tällainen ajattelu kumotaan ja ehdotetaan, että tekstin vastaanottaja voi aloittaa myyjänä, siirtyä esimiesasemaan, olla toimitusjohtaja ja jatkaa vielä siitäkin eteenpäin.

Kiellolla on vielä yksi erikoistehtävä, joka esiintyy vain kahdessa työnantajan esittelyssä. Nämä kiellot ovat erilaisia edellisiin esimerkkeihin verrattuna, sillä näissä ei kielletä väärää johtopäätöstä, vaan käsketään tekstin vastaanottajaa toimimaan tietyllä tavalla. Aineistosani on myös kaksi välttämättömyyttä kuvaavaa esiintymää, joita ei voi tulkita vaatimuksiksi vaan ohjeiksi, jotka ovat ohjeita tekstin vastaanottajalle.

(48) ISS on savuton työpaikka. (ISSPalvelut)

(49) N-Clean on savuton työpaikka. (N-Clean)

Esimerkit 48–49 sijaitsevat työnantajan esittelyiden viimeisenä lauseena. Tekstin lähettäjä ohjaa vastaanottajaa toimimaan tietyllä tavalla: jos työllistyt meille, työaikana ei polteta tupakkaa. Nämä eivät ole kehotuksia eivätkä pyyntöjä, vaan karitiivijohdos sekä kategorisoi työpaikan savuttomaksi että antaa käskyn olla tekemättä jotakin. Esimerkkien lauseilla voi nähdä toisenkin funktion. Käskyn sijaan ne voivat olla myös myönteisiä tietoja työpaikasta, jossa ei tarvitse kärsiä tupakan savusta.

(50) Talonhenki on kasvava siivousalan pienyritys, joka hakee henkilöstöönsä siivousalan parhaimmistoa. Tarjoamme Seinäjoen alueen kotitalouksille sekä yritysten toimistoille parasta mahdollista siivouspalvelua. Siksi myös henkilöstömme **tuulee olla** alansa huippuja: iloisia, energisiä, ahkeria, tarkkoja ja tunnollisia siivouspalvelun ammattilaisia. (Talonhenki)

(51) AAA-Palvelut Oy on telemarkkinointiyritys, joka panostaa hyvään ilmapiiriin ja työntekijöiden hyvinvointiin. Töissä **pitää olla** hauskaa ja mukavaa! Meillä ei

pukuherrat pyöri tärkeilemässä, vaan ovat työpaikalla työntekijöitä auttamassa. (AAA-Palvelut)

Esimerkeissä 50–51 vaaditaan jotakin sellaista, minkä määrittely on mahdotonta. Esimerkkiin 50 toin esiin myös ihannehakijan esittelyä, koska ilman sitä en voi analysoida työnantajan esittelyn vaatimusta. Esimerkissä 50 vaaditaan asioita, joita kuka tahansa voi olla. Tekstin lähettäjä ohjaa vastaanottajaa ja ilmaisee, millainen on oltava, jotta on alansa huippu. Esimerkissä 51 vaaditaan asioita, joita ei myöskään voi mitata tai arvioida muut kuin itse. Tekstin vastaanottajaa ohjataan sellaiseksi, millaisena tekstin lähettäjä näkee itsensä.

Tällaisia tekstin vastaanottajaa ohjailevia työnantajan esittelyitä on enemmänkin, mutta ne eivät sisällä erikoispiirteitä. Ne ovat lähempänä prototyyppejä toteavia työnantajien esittelyitä, joissa asioita kerrotaan faktoina ja niiden todenmukaisuutta ei kyseenalaisteta.

(52) RESTAKOTI OY on räjähdysmäisesti kasvava yritys, jonka menestystä on siivittänyt suorekas ja kilpailuhenkinen työporukka. Yrityksenä RestaKoti pyrkii jatkuvasti kehittymään ja siksi se on Suomen johtava yritys katto- ja hormipinnoitus alalla. **Yrityksen arvoina positiivisuus, rehellisyys ja itsensä kehittämishalu ovat vieneet meidät pitkälle.** Siksi etsimme jatkuvasti uusia taitajia. (RestaKoti)

(53) Dastia on vuonna 1996 perustettu, helsinkiläinen puhtauspalveluyritys joka on vuodesta 2015 alkaen toiminut myös valtakunnallisesti. Erityisosaamistamme on siivouspalveluiden kokonaisvaltainen suunnittelu ja toteuttaminen erityisesti yritysasiakkaiden myymälä-, ravintola- ja toimitilakohteissa pitkäaikaisten ylläpitösopimusten kautta. Dastia on vahvasti kasvava yksityinen yritys, **jonka toiminta perustuu inhimillisten arvojen, oman työn ja asiakkaiden kunnioittamiseen, avoimuuteen ja jatkuvaan kehitykseen** yrityksen oman laatujärjestelmän avulla. **Yrityksen suurin voimavara on sitoutunut, motivoitunut ja ammattitaitoinen henkilökunta.** Vuonna 2017 Dastia työllistää n. 150 puhtauspalvelualan ammattilaista yli 250 kohteessa valtakunnallisesti. (Dastia)

Esimerkeissä 52–53 ohjataan tekstin vastaanottajaa olemaan tietynlainen ilmaisemalla, mitä työnantaja itse on. Tällainen työnantajan esittelyiden ohjaus on sitouttamisretoriikkaa. Sitoutuminen on kokemuksellinen ilmiö, ja sillä tarkoitetaan kiinnittymistä työhön, työnantajaan ja työyhteisöön sekä hyväksymään työnantajan arvot ja toimintatavat. *Sitouttaminen* on taas niitä keinoja, joilla sitoutuminen saadaan aikaan tai vahvistetaan. (Virsu 2012: 57.) Esimerkeissä 52–53 sitouttamista pyritään saamaan aikaisiksi kertomalla työnantajan arvoista sekä henkilökunnan ominaisuuksista. Tekstin vastaanottajan pitää hyväksyä nämä ollakseen potentiaalinen työntekijä.

5.2.3 Lupaava työnantaja

Modaalisuus työnkuvauksissa koostuu lupauksista, ohjeista ja kielloista. Modaalisena lause-tyyppinä on väitelause, jolla työnkuvauksissakin ilmaistaan todenmukaisuutta työstä. Lupaukset ovat työnkuvauksia määrittäviä direktiivejä, sillä työnkuvauksessa ilmaistaan se, mitä vastaanottajalle on tarjolla. Lupaukset myös kertovat mahdollisuuksista, joita vastaanottajalla on. Ohjeet ovat väitelauseilla muodostettuja, ja ne eivät välttämättä sisällä modaalisia verbejä, jotka viittaavat modaalisuuteen. Kieltojen tehtävä on samankaltainen kuin työnantajan esittelyissä eli väärin johtopäätösten torjuminen, mutta niitä on enemmän. Välttämättömyydet ovat harvinaisia, mutta niitäkin esiintyy vaatimuksina.

Lupauksia muodostetaan verbeillä *tarjota*, *saada*, *sopia*, *soveltua* ja *voida*. Luokittelen *tarjota*-verbin sisältävät direktiivit lupauksiksi, koska ne ovat osa työtä. Ne myös usein sisältävät sellaisia asiakokonaisuuksia, joita on suhteellisilla adjektiiveilla kuvattu, joten vastaanottajan käsitys voi poiketa tekstin lähettäjän intentioista.

(54) **Tarjoamme** sinulle:

- joustavuutta työvuoroissa
- perehdytyksen tehtävään
- mukavan pienet tiimin ja mainiot työkaverit
- mahdollisuuden kehittää sosiaalisia taitojasi (HelsinkiMissio)

(55) Työllistyessäsi meille **saat** kattavan perehdytyksen sekä työhönopastuksen asiakaskohteessa. Käytössäsi ovat uudet kuhunkin kohteeseen soveltuvat työvälineet. Lisäksi **saat** selkeät kirjalliset työohjeet. (FrementiaGroup)

(56) Työ *sopii* erinomaisesti opiskelujen ohelle, sillä **voit työskennellä** vapaavalintaisina arki-iltoina 3–5 kertaa viikossa. (Greenpeace)

Esimerkeissä 54–56 on kolme erilaista lupauksen muodostamisen keinoa. Esimerkissä 54 *tarjota*-verbillä luvataan asioita, joita vastaanottaja saa työllistyessään. Asiat eivät ole konkreettisia materiaalisia asioita, joita voi määritellä vastaanottajan näkökulmasta. Lähettäjän käsitys esimerkiksi joustavista työajoista voi olla täysin erilainen verrattuna vastaanottajan käsitykseen. Esimerkissä 55 luvataan jotakin konkreettista, mutta niitä määritellään suhteellisilla sanoilla, joita voidaan komparoida (VISK § 633). Esimerkin 56 *voida*-verbillä muodostettu lupaus on konkreettisempi kuin kahden edellisen, sillä luvattu asia on selkeä. Sen sijaan sitä edeltävä lupaus, jonka muodostaa *sopia*-verbi on edellisten esimerkkien kaltainen suhteellinen lupaus.

Työnkuvauksissa ohjeiden tehtävä on kertoa vastaanottajalle, mitä työssä tehdään. Tällaisia ohjeita muodostetaan passiivi- tai aktiivimuotoisilla verbeillä. Ohjeet voivat sisältää myös lupauksen.

(57) Haussa siivooja työskentelemään toimistokiinteistön yleisten tilojen sekä lifestyle-myymän siivoukseen Espoon Mankkaalle. **Kohde siivotaan kerran viikossa ja siivouspäivä on torstai. Kiinteistössä sijaitsevan lifestyle-myymän voi siivota aamulla tai päivällä ja kiinteistön aulatilat myös illalla.** (FremeniaGroup)

(58) **Soitat olemassa oleville ja uusille asiakkaille sopiaksesi alue-edustajallemme tapaamisen asiakkaan luokse työpaikkakäyntiä varten.** Meillä on käytössä nykyaikaiset soittojärjestelmät ja kattavat asiakasrekisterit. Työaika on 8-16 tai sopimuksen mukaan. (Merplast)

Esimerkissä 57 ohje muodostetaan passiivilla *siivotaan*. Passiivi häivyttää toimijuuden ja tuo siivouksen kohteen ja toiminnan tärkeämmäksi. Ohjeen tästä tekee sen, että kuvaus on yksityiskohtainen ja ilmaisee työnkuvaa. *Voida*-verbi ilmaisee vaihtoehtoista lupaa, joista toinen on kuitenkin valittava. Esimerkissä 58 on indikaatiivinen väitelause direktiivinä (VISK § 1663), ja se edellisen esimerkin tapaan ohjeistaa työnkuvaa. Väitelauseet ovat toteamuksia työnkuvasta, mutta toisin kuin työnantajan esittelyissä, väitelauseet ovat ohjeistavampia.

Työnkuvauksissa modaaliset kiellot torjuvat vääriä johtopäätöksiä, joita ulkomaailma tarjoaa tekstin vastaanottajan tulkintaan. Kielto on kontekstisidonnaisempi kuin myöntö. Lyons erottelee toisistaan kontekstisidonnaiset ja kontekstivapaat kiellot. Kontekstisidonnaiset kiellot voidaan jakaa vielä kahteen ryhmään, kiistäviin ja vahvistaviin kieltoihin, joista kiistävää kieltoa on pidetty prototyypisimpänä kieltona. Kontekstivapaat kiellot ovat proposition kieltoja, joita voi olla hankala erottaa kiistävistä kielloista. (Kotilainen 2007: 16–18.) Kielto on informaatioarvoltaan vähäisempi kuin myöntölauseen, joten sen käytölle on oltava syy: kieltoa käytetään vain, jos se on myöntöä informatiivisempi käyttökontekstissaan (Leech 1983: 100-101). Seuraavat esimerkit ovat kontekstiin sidottuja, sillä odotuksena on, että telemarkkinoinnissa myydään ja siivoustyö sisältää kaikenlaisen siivouksen.

(59) Tehtävänäsi **EI ole myydä** tuotettamme, vaan varata aikoja myyntiedustajillemme. (Naikon)

(60) Tehtävänäsi on varata aikoja myyntiedustajille ja täyttää heidän kalenterit laadukkailla tapaamisilla (**ei sisällä** myyntiä) (Carrot)

(61) Siivoat samoilla asiakkailla. Meillä on vakituiset asiakkaat joilla käymme siivoamassa. Asiakkaiden luona on siivousvälineet. Mattoja **ei** asiakkailla **tampata**. (AhoLiina)

(62) Työ on pääosin normaalikokoisten kotien siivoustyötä. - - Eli mattojen ravis-
tusta, imurointia, lattian pesua, pölyjen pyyhkimistä ja wc- ja pesutilojen pesua.
Osalle asiakkaista hoidetaan myös asiointipalvelua ja käydään ruokakaupassa joko
yhdessä asiakkaan kanssa tai yksin, saatetaan käydä esim. hautausmaalla istutta-
massa kukkia, haravoida pihaa, pestä ikkunoita jne. Eli mitä tahansa, sisältöä **ei ole
rajattu**, kunhan toimitaan lain puitteissa. (KotipalveluAitoapu)

Esimerkkien 59–62 kiellot ovat modaalisia, koska kontekstissaan ne ovat odotuksenvastaisia.
Esimerkin 59 kiello kohdistuu olettamuksiin telemarkkinointityöstä. Odotuksena on, että jos
kyseessä on telemarkkinointi, niin silloin jotakin myydään puhelimitse asiakkaalle. Sen sijaan
tämä johtopäätös torjutaan sekä kieltolauseella että typografisin tehokeinoin. Kieltoa vahvistaa
konjunktio *vaan*, joka esittää todellisen vaihtoehdon. Esimerkissä 60 kiello kohdistuu myös
siihen olettamukseen, että telemarkkinointi on tuotteen myyntiä. Esimerkissä 61 kiello kumoaa
johtopäätöksen, että siivoaminen sisältää mattojen tamppauksen. Tämä kiello on odotuksenvas-
taista, koska *siivouksen* voi nähdä sisältävän odotuksenmukaisesti myös matot. Esimerkissä 62
odotuksenmukaista olisi, että siivoustyön sisältö on rajattu. Kieltoa käytetään tällaisissa tapauk-
sissa selkeästi osoittamaan, että työ ei ole sitä, mitä oletetaan, vaan jotakin muuta.

Vaatimuksia ilmaistaan pääsääntöisesti kahdella tavalla. Ensimmäinen tapa on oikea
vaatimus, jolloin vaatimuksen esittämä asia on pakollinen. Toinen on taas vaatimus, jossa vaa-
dittava asia on suhteellinen. Työnkuvauksissa vaatimusten analysointi vaatii siirtymistä osittain
ihannehakijan esittelyihin, sillä vaatimukset alkavat työnkuvauksen puolella, mutta jatkuvat
ihannehakijan esittelyssä. Vaatimukset myös ohjaavat muiden direktiivien tavoin vastaanotta-
jaa.

(63) Asiakaskohteissa **vaaditaan** äärimmäistä laadukkuutta, joka luo haasteita ja
tuo mielekkyyttä työhön. - - Työssä **tulee olla mahdollisuus** oman auton käyttöön.
(Talonhenki)

(64) Oma autoa **tarvitset** liikkumiseen asiakkaalta toiselle. (AhoLiina)

Esimerkissä 63 ensimmäinen vaatimus on toisen tyyppin vaatimus, joka on suhteellinen. Ääri-
ilmaisuus ei tee vaatimuksesta absoluuttista, sillä kuten lupauksissa, vaadittava asia on suhteelli-
nen. Passiivimuotoinen verbi korostaa sitä, että vaatimus koskee kaikkia työnantajan työnteki-
jöitä, eikä vain mahdollista uutta työntekijää. Esimerkin toinen vaatimus on pakollinen, sillä se
kohdistuu asiaan, joka on tai ei ole. Esimerkissä 64 on samanlainen todellinen vaatimus.

On olemassa kolmaskin vaatimuksen tyyppi, joka on toteamus. Tekstin lähettäjä antaa
informaatiota ja esittää vaatimuksen vastaanottajalle, mutta työnantaja hoitaa vaadittavan asian.
Tällaisia vaatimuksia aineistossani esiintyy vain kerran, mutta vaatimuksena se on poikkeava.

(65) Thaimaassa työskentelyyn **tarvitaan** b-viisumi sekä työlupa. Näiden hankinnan teemme, sekä muun Thaimaahan asettumiseen **tarvittavan avun** annamme kaikille meille saapuville, et jää siis yksin asiassa. (Connector4Asia)

Esimerkissä 65 vaaditaan jotakin konkreettista, jonka kuitenkin työnantaja hoitaa itse. Vastaanottajan ei tarvitse itse aktiivisesti toimia täyttääkseen vaatimuksen, vaan passiivisesti ottaa vastaan informaatiota, jota tarjotaan.

5.2.4 Vaativa työnantaja

Ihannehakijan esittelyissä interpersoonaisuus muodostuu vaatimuksista ja ehdotuksista. Vastaanottajaan viitataan yksikön 2. persoonalla, mutta tämä ei ole pakollista. Sen sijaan ihannehakijan esittelyitä voidaankin etäännyttää vastaanottajasta viittaamalla vain *hakijoihin*. Etäännyttäminen kietoutuu työnkuvauksiin, sillä työnkuvauksissa luvataan vastaanottajalle asioita, mutta ihannehakijan esittelyissä vaaditaan. Kun vaatimuksia etäännytetään, vastaanottajaa ohjaillaan kysymään itseltään, löytyvätkö nämä ominaisuudet itseltä.

Vaatimuksia esitetään usein verbeillä *edellyttää*, *odottaa* ja *vaatia*. Muita verbejäkin esiintyy, kuten *olla* ja *tarvita*. Karitiivijohdokset ovat selkeästi vaatimuksia, kun taas kieltoverbilliset kiellot esiintyvät ehdotuksissa. Esitettävät vaatimukset ovat sisällöllisesti suhteellisia, mutta karitiivijohdokset tekevät asiasta pääsääntöisesti välttämättömän, mutta poikkeuksia esiintyy.

(66) Hakijalta **odotamme:**

- Kokemusta siivoustehtävistä
- Hyvää fyysistä kuntoa
- Oma-aloitteisuutta
- Huolellista työtettä
- Iloista ja reipasta asennetta työtä kohtaan
- Tiimityöskentelytaitoja sekä paineensietokykyä
- Kokemusta sesonkityöskentelystä
- Joustavuutta työaikojen suhteen
- Intoa ja motivaatiota työhön! (Opteam)

(67) **Olethan** avoin, reipas ja iloinen, maalaisjärjellä varustettu asiakaspalvelija, joka omaa hyvät tiimityöskentelytaidot ja kestät vaihtelevatkin olosuhteet. *Kokemus siivoustyöstä on eduksi, mutta annamme sinulle kattavan perehdytyksen työtehtäviin.* **Vaatimuksena** 18 ikä ja osassa kohteissa **tarvitaan** sujuvaa suomen kielen taitoa. *Ajokortti ja oman auton käyttömahdollisuus ei ole välttämättömyys, mutta katsotaan myös eduksesi.* (SOLPalvelut)

Esimerkissä 66 on selkeä vaatimus, jota ilmaistaan *odottaa*-verbillä. Vastaanottajaan ei myöskään suoraan viitata yksikön 2. persoonalla, joten *hakijan* voi tulkita joko yleiseksi kategoriaksi tai sen voi ajatella edelleen viittaavan vastaanottajaan. Esimerkki on osa kokonaista tekstiä, ja tekstissä viitataan yksikön 2. persoonalla muualla. Siksi *hakijalta* viittaa vastaanottajaan, mutta se myös etäännyttää vaatimuksia ja laittaa vastaanottajan pohtimaan, onko vastaanottajalla näitä ominaisuuksia. Esimerkki 67 sisältää vaatimuksia ja ehdotuksia. Vaatimus muodostetaan *olla*-verbillä ja ilman ilmisubjektia. Vaatimus sisältää samanlaisia suhteellisia ominaisuuksia, joita esimerkissä 66 vaaditaan. Liitepartikkeli *-han* tuo vaatimukseen myönnyttelevän ja kysyvän sävyn. Esimerkissä 67 on vielä kaksi muutakin erillistä vaatimusta, jotka rinnastetaan. Nämä kaksi vaatimusta ovat todellisia vaatimuksia, joita oikeasti tarvitsee. Ala-ikäiset työnhakijat eivät ole tämän tehtävän ihannehakijoita, ja kielitaito määritellään sujuvaksi. Kielitaidosta toin esiin jo sen näkökulman, että kielitaitoisuus voi olla suhteellista, mutta näen sen kuitenkin rajaavana ominaisuutena.

Ehdotusta kuvataan toteamalla *kokemus siivoustyöstä on eduksi*, ja *mutta* toimii tässä samalla tavalla kuin kieltö eli väärä johtopäätös oikaistaan. *Mutta* siirtää painon sillä alkavalle lauseelle (Kakkuri-Knuutila & Halonen 1998: 99; Kakkuri-Knuutila 1998: 257), joten olenaisempaa viestin kannalta onkin *mutta annamme sinulle kattavan perehdytyksen työtehtäviin*. *Mutta*-konjunktiota voi verrata *vaikka*-konjunktioon, joka toimii päinvastoin (mts. 257). Jos alkuperäinen virke olisikin *kokemus siivoustyöstä on eduksi, vaikka annamme sinulle kattavan perehdytyksen työtehtäviin*, konjunktiolla alkavan lauseen viesti olisi toissijainen. *Mutta*-konjunktio ehdottaa, että kokemus ei ole välttämätöntä, *vaikka*-konjunktio ehdottaisi sen olevan toivottavaa. Toisessa ehdotuksessa on myös *mutta*, jonka tehtävä on samanlainen. Kiellolla ei ilmaista vaatimusta, vaan ehdotusta. Kieltoverbi ei ole samanlaisessa tehtävässä kuin karitiivi-johdos, sillä kieltoverbi ei rajaa esimerkissä mitään pois eikä esitä vaatimusta. Ehtoa ja ehdotuksia kuvataan myös erityisesti *jos*- ja *mikäli olet* -rakenteilla (ks. esim. 26; ks. VISK § 1659), jotka ehdottavat tekstin vastaanottajalle, mitä ihannehakija voisi olla.

5.3 Rakenteelliset keinot

5.3.1 Listat

Kaikissa kolmessa osassa rakenteellisia retorisia keinoja ovat listat, toistot ja intertekstuaalisuus. Listat toimivat mahdollisuuksia kuvaavana keinona työnantajan esittelyissä, sillä listat ilmaisevat vaihtoehtoisia toimialoja, joiden parissa työntekijä voi työskennellä. Listojen

rakenteellinen merkitys tekstin etenemisessä on tärkeämpää kuin niiden esittämä mahdollisuuksien maailma.

Listoja on kolmea tyyppiä. Ensimmäinen on lista, joka sisältyy tekstiin itsessään eikä visuaalisesti erotu tekstistä muuten kuin välimerkeillä. Toinen lista on visuaalisesti nähtävissä ja erottuu tekstistä omana tekstinsisäisenä tekstilajina. Kolmas on kolmen lista, jota käytetään tiivistämään jonkin asian yleiset piirteet (Potter 1996: 196). Listat toimivat retorisesti siten, että ne ilmaisevat vastaanottajalle vaihtoehtoja. Tekstin tasolla ne poistavat tarpeen muodostaa useita eri lauseita, kun asian voi ilmaista listallakin.

Työnantajan esittelyissä esiintyy vain ensimmäisen tyyppin listoja. Niiden tehtävänä on osoittaa työnantajan toimialan laajuutta.

(68) 360 Palvelut Oy on Jyväskylän alueella toimiva kiinteistöalan monipalveluyritys. Pääasialliset palvelumme ovat **siivous, kiinteistöhoito- ja huolto, turvapalvelut sekä rakentaminen ja saneeraukset**. (360Palvelut)

(69) HelsinkiMissio on energinen sosiaalialan järjestö, jonka toiminta perustuu monimuotoiseen vapaaehtoisten ja ammattilaisten osaamiseen. Ominta toimialaamme ovat **nuorten kriisityö, lapsiperhetyö, seniorityö sekä kehitysvammaisten parissa tehtävä työ**. (HelsinkiMissio)

Esimerkeissä 68–69 listat ilmaisevat työnantajan toimialaa. Listat helpottavat tekstin lähettäjä, sillä ilman listoja asiat pitäisi ilmaista joko erillisinä lauseina tai muodostaa vaikeasti käsiteltävä kategoria, joka ei avaudu vastaanottajalle. Listat ilmaisevat myös vaihtoehtoisuutta. Jos työnantajalla on monia eri työtehtäviä tai toimialoja, vastaanottaja voi aloittaa ilmoitetussa tehtävässä ja sitten siirtyä johonkin toiseen.

Kun työnantajien esittelyiden listoissa esiteltiin toimialoja, työnkuvausten listat ovat sen sijaan tarkentavia. Työnantajien esittelyiden listat herättävät huomion, mutta työnkuvausten listat tarkentavat työnkuvaa. Työnkuvauksissa esiintyy kaikki kolme listatyyppiä, joista toinen tyyppi eli omaksi osakseen erottuva lista on yleisempi erityisesti telemarkkinoinnin ilmoituksissa.

(70) Työnkuvaan kuuluu monipuoliset siivoustehtävät mm. **kodeissa, marketeissa, liiketiloissa, ravintoloissa sekä muissa mahdollisissa projektikohteissa**. (Valtti-Henkilöstöratkaisut)

(71) Tarjoamme sinulle

- Hyvän pohjapalkkauksen sekä provisiot myynti ja ajanvaraustyössä
- Laillisen työpaikan etuineen
- Erittäin laadukkaan ja mukavan työympäristön
- Mielenkiintoiset myyntiprojektit

- Ajanvarausprojektit joissa pärjäävät vaikkeet olisi huippumyyjä
- Esimiehet jotka tietävät mitä tekevät ja saavat sinut oppimaan
- Uramahdollisuudet jos sinussa on esimiesaineista - mainitse haussa kiinnostuksesi ja talenttisi
- Luotettavat ja oikeudenmukaiset esimiehet
- Hyvän koulutuksen sekä jatkuvaa valmennusta tehokkain menetelmin (Connector4Asia)

(72) Tarjoamme tiukan työrupeaman, jolla on vastapainona **tunturit, revontulet ja luonnossa kulkemisen vapaus**. (Opteam)

Esimerkissä 70 lista ilmaisee siivottavien kohteiden laajuutta ja siten toimii myös modaalisena mahdollisuuden ilmaisijana. Tekstin vastaanottajalle tämä on vaihtoehtoista valitsemista, joita tekstin lähettäjä tarjoaa. Esimerkissä 71 on toisenlainen listatyyppi, jota ei esiinny työnantajien esittelyissä. Tällaiset listat esiintyvät työnkuvauksissa juuri *tarjota*-verbin tai muun lupausta ilmaisevan verbin kanssa. Lista myös erottuu tekstissä kokonaisuutena, jonka tarkoitus on herättää huomio. Esimerkissä 72 on kolmen lista, ja se tiivistää Lapin luonnosta yleisiä piirteitä. Tekstiin on valittu juuri nämä eikä muita Lapin luonnon piirteitä.

Aineistossani on yksi työnkuvaus, joka ei ole listana poikkeuksellinen, vaan se poikkeaa muista intertekstuaalisuuden, metaforisuuden ja pienempien yksiköiden vuoksi.

(73) Maahantuojaan oma ajanvarausyksikkö etsii Helsingin toimistoonsa myyntitiimiä vahvistamaan **ulospäänsuuntautuneita urhoja, tavoitteellisia tarjoja, positiivisia paseja, esimerkillisiä essejä ja työn teosta nauttivia tiinoja**. Erityisessä haussa ovat **tuomas veturit**, jotka puksuttavat driimtiimimme huimaan tulokseen! (Naikon)

Esimerkin 73 lista on poikkeavampi kuin yksikään aineistossani esiintyvä lista. Retorisesti tämä lista on erinomainen herättämään huomiota juuri erilaisuutensa vuoksi. Lista ei ole rakenteeltaan erikoinen, vaan sen sisältämä aines on. Listan ensimmäiset lausekkeet koostuvat alkusoinnullisista adjektiivimääritteistä ja erisnimistä, joita käytetään yleisnimenä (ks. Heikkinen 2017). Olen luokitellut *tuomas veturit* myös osaksi listaa, sillä se kuuluu siihen lisäyksen *erityisessä haussa* kautta. *Tuomas Veturi* on lastenohjelmassa esiintyvä Tuomas-niminen veturi, joten sen esiintyminen on intertekstuaalista. *Tuomas veturit* on metafora (ks. Jokinen 1999: 146) ihmisistä, jotka liikkuvat nopeasti ja tehokkaasti eteenpäin, ja metaforisuutta jatketaan vielä relatiivilauseessa *puksuttaa*-verbillä.

5.3.2 Toistot

Toistot ovat joko tekstinsisäisiä tai tekstienvälisiä. Niiden tärkein tehtävä on teeman- ja informaationkulku niin, että syntyy koherentti teksti. Kun toistot ovat tekstienvälisiä, se tarkoittaa silloin intertekstuaalista toistoa. Tekstinsisäisen toiston tehtävänä on luonnollisesti luoda koheesiota ja viedä tekstiä eteenpäin, mutta se myös korostaa tekstin vastaanottajalle työnantajan ja lähettäjän muodostamaa ”me”-ryhmää, johon tekstin vastaanottajakin voi päästä.

(74) **Personalhuset Staffing Group** on yksi Pohjoismaiden nopeimmin kasvavia henkilöstöpalvelualan yrityksiä. **Meillä** on yli 40 toimipaikkaa Pohjoismaiden alueella. Henkilöstövuokrauspalveluiden lisäksi **tuotamme** rekrytointipalveluja sekä konsultointi- ja muutosvalmennuspalveluita. Laatu ja innostus ovat olennainen osa palveluitamme, tapasit **meidät** sitten missä tahansa. **Me haluamme** olla ratkaiseva osa asiakkaidemme menestystarinaa! - - **Personalhuset Staffing Group** on auktorisoitu henkilöstöpalveluyritys. (PersonalhusetStaffingGroup)

(75) **Enia Oy** on 100 prosenttisesti *Elisan* omistama telemarkkinointiyritys ja osa *Elisaa*. **Toimimme** 13 paikkakunnalla ympäri Suomen ja vuosien kokemus telemarkkinoinnista on tehnyt **meistä** paitsi vakaan työllistäjän, myös oman **alamme** erityisosajaan. **Tavoitteenamme** onkin aina olla oman **alamme** edelläkävijä paitsi **myynti- ja asiakaspalvelutaitojemme** puolesta, myös työnantajana. **Olemme** ASML nimeämä Reilu Työnantaja ja lisäksi valittu yhdeksi Suomen parhaista työpaikoista *Elisa* konsernin mukana 2017 - **uskomme** vakaasti **olevamme** Suomen paras puhelinmyynti - työpaikka. (Enia)

Esimerkeissä 74–75 toistetaan tekstin lähettäjän ja työnantajan ryhmää. Ensin mainitaan ryhmä nimeltä, jonka jälkeen siirrytään monikon 1. persoonaan. Vastaanottaja näkee persoonamuodon valinnassa, että kyseessä todellakin on ”me”, joka edustaa koko työnantajaa. Esimerkissä 74 työnantajaan viitataan vielä kerran nimellä esittelyn lopussa, ja esimerkissä 75 viitataan myös toiseen nimeen ja ulkopuoliseen ryhmään (*Elisa*), jota toistetaan työnantajan esittelyssä. Nämä monikon 1. persoonan toistot ovat myös intertekstuaalisia, sillä joihinkin käyttöympäristöihin on luonnollistunut tapa puhua monikollisesti (Pälli 2003: 99). Aineistoni perusteella tämä on luonnollistunut työpaikkailmoituksissa, joten monikon 1. persoonaa ”lainataan” muista ilmoituksista. Intertekstuaalista toistoa on myös työnantajien esittelyiden samankaltaisuus, jossa työnantaja on jotakin. Intertekstuaalisuus tarjoaa vastaanottajalle tutun rakenteen, joka helpottaa tekstin vastaanottamista ja siten vaikuttaa vastaanottajaan.

Intertekstuaalisuutta on myös selkeämmin rajattuna aineistossani. Olen työnantajan esittelyä kuvaavassa luvussa 4.3 esiteltyt jo Lassila & Tikanoja -työnantajan ilmoituksen saturakenteen, mutta aineistossani on myös kaksi sitaattia. Ensimmäinen sitaatti sisältyy

työnantajan esittelyyn. Toinen näistä sitaateista on koko työnantajan esittely, mikä on hyvin poikkeuksellista.

(76) Yhdistyksen tavoitteena on ylläpitää perinneleikitajutusta, jotta kirkonrotta, peili, polttopallo ja tervapata palaisivat mahdollisimman moneen kotipihaan. Yhdistys säilyttää, elvyttää ja kokoaa monipuolisesti erilaisia perinneleikkejä kirjoihin ja kalentereihin. Vuoden 2017 teemana on: **"Liikkuakseen ei tarvitse aina urheilla tai kilpailla. Leikkien liikkuu huomaamatta"**.

Toimintamme pääpaino on leikitys eri tapahtumissa, joita toteutamme useiden yhteistyötahojen kanssa mm. Helsingin, Espoon, Vantaa, Keravan kaupunkien sekä Tuusulan kunnan kanssa. Tulevaisuudessa pyrimme laajentamaan leikitystoiminta ympäri Suomen.

Tavoitteena on, että lapset ja aikuiset kokoontuisivat ja leikkisivät yhdessä vanhoja perinneleikkejä. Tavoitteena on myös saada ihmisiä vähentämään päivittäistä "ruutuaikaa" ja lisätä sosiaalista ja mukavaa hyötyliikuntaa.

Yhdistys on tehnyt ja kustantanut kahdeksan kalenteria, yhdeksän kirjaa, joista yksi on ruotsinkielinen, sekä perinneleikit-aiheisen muistipelin.

Näistä uusin tuotteemme on Leiki ja Värita kirjanen josta löytyy suosittujen piha-leikkien ohjeita sekä väritystehtäviä.

(77) "Työ Opteamilla

Työelämä muuttuu vauhdilla eikä sen merkitys ole kaikille enää sama. Jollakin on tähtäimessä täsmällinen urakehitys, vakituinen työ ja teräksenluja oman alansa ammattitaito. Joku toinen taas haluaa paiskia tiukasti hommia rahoittaakseen seuraavan surffireissunsa, tai työskennelläkseen perhe-elämän tai opiskelun ehdoilla. Meitä on moneksi.

Me Opteamilla tarjoamme sinulle erilaisia työnteon malleja. Vuokratyö sopii silloin, kun haluat työskennellä oman elämäsi ehdoilla tai kartuttaa kokemusta ja ammattitaitoa erilaisissa yrityksissä. Rekrytoimme osaajia myös suoraan asiakkaillemme sekä vakituisiin että määräaikaisiin töihin. Meillä voit täydentää osaamistasi myös monipuolisilla koulutuksilla."

Sitaatit ovat intertekstuaalisuuden lisäksi retorinen keino (ks. Jokinen 1999: 139). Sitaateilla ilmaistaan selkeimmin jonkun toisen sanoja. Esimerkissä 76 sitaatti on vuoden 2017 teemana, ja joku on tämän sitaatin tuottanut ennen sen päätymistä työpaikkailmoitukseen ja työnantajan esittelyyn. Esimerkki 77 on kokonaan sitaatti, joka toimii työnantajan esittelyinä. Lainauksesta huolimatta se silti edustaa sitä ryhmää, jonka muodostavat tekstin lähettäjä ja työnantaja (ks. luku 4.3). Molemmat sitaatit ovat vaikuttamiseen pyrkiviä juuri niiden alkuperäisten tuottajien vuoksi. Retorisena keinona ne vahvistavat koko ilmoitusta antamalla asiantuntijan lausunnon.

6 LOPUKSI

Pro gradu -tutkielmani on vaikuttamisen keinoista siivousalan ja telemarkkinoinnin työpaikkailmoituksissa. Tutkimuskysymykseni olivat siis seuraavat:

1. Millaisia ovat siivousalan ja telemarkkinoinnin työpaikkailmoitukset? Millaisista funktionaalisista osista ne voivat koostua?
2. Millaisilla kielellisen vaikuttamisen keinoilla aineistoni työpaikkailmoituksissa pyritään vaikuttamaan tekstin vastaanottajaan? Millaisia tekstin esittämät työnantaja, työnkuva ja ihannehakija ovat?

Aineistoni työpaikkailmoitukset voivat koostua kahdeksasta funktionaalisesta osasta. Otsikko ilmaisee ammattinimikkeen, työnantajan ja sijainnin, mutta se voi sisältää myös työnkuvaa tarkentavia lisätietoja sekä avoimien paikkojen määriä. Työnantajan esittely kuvaa työnantajaa ja kertoo, millainen työnantaja on ja millaisella toimialalla työnantaja toimii. Työnkuvaukseen kuuluvat ilmoituksen tarkoitus, työtehtävän kuvaus ja tarjoukset. Ilmoituksen tarkoitus kertoo, mitä etsitään tai haetaan, työtehtävän kuvaus kuvaa työtehtävän kannalta tärkeitä tekijöitä, kuten työaikoja, palkkaa ja työsuhdetta. Tarjouksissa työnhakijalle tarjotaan työhön kuuluvia etuja, jotka kuitenkin kuuluvat itse työnkuvaan.

Ihannehakijan esittely poikkeaa muista osista siten, että se ei ole kokonaisena omana kappaleenaan, vaan sen osia on muiden osien sisällä. Ihannehakijan esittelyihin kuuluvat myös vaatimukset, joita työntekijällä tulee olla saadakseen paikan. Työnhaun tiedot ilmaisevat hakuprosessin kannalta tärkeitä asioita, kuten sähköisten hakulomakkeiden sijaintia tai yhteystietoja. Erilliset aloitukset ovat mahdollinen osa aineistossani, sillä niitä ei ole kovinkaan paljoa. Niiden tarkoituksena on herättää tekstin vastaanottajan huomio. Erilliset lopetukset ovat vielä harvinaisempi osa, ja ne toimivat ikään kuin tekstin lähettäjän allekirjoituksena. Erilliset lisätiedot ovat myös harvinaisen osa, jossa kerrotaan jotakin sellaista, mikä ei liity työnantajaan, työnkuvaan tai ihannehakijaan.

Tekstin vastaanottajaan vaikutetaan ideationaalisella, interpersoonaisella ja tekstuaalisella tasolla. Työnantajasta muodostetaan kategorisoinnin avulla oman alansa auktoriteetti, jota vahvistetaan rajatuilla kategorioilla, kvantifioinnilla ja viittauksilla muihin auktoriteetteihin tai auktoriteettia rakentaviin luokituksiin. Työnkuvan kategorioilla tarkennetaan työnantajan kategorioita sekä myös ilmaistaan työnantajan kategorioita, kun työnantajan esittelyä ei ole tai se on lyhyt. Kategorisointi myös rajaa työtehtäviä, joten esimerkiksi *siivoja* ei välttämättä tee kokonaisvaltaista siivousta, vaan jokin osa-alue voidaan rajata pois. Ihannehakijan

kategorioiden ovat niitä kategorioita, joita työnantaja toivoo tai vaatii vastaanottajalta. Toisin kuin työnantajan ja työnkuvauksen kategorioiden, ihannehakijan kategorioiden ovat rajaamattomampia, sillä tämä mahdollistaa suuremman määrän työnhakijoita.

Työnantaja on aineistossani ehdottaja, vaattaja, lupaaaja ja ohjeistaja. Tekstin lähettäjäksi voidaan ajatella koko työnantaja, jota ilmaistaan monikon 1. persoonalla. Tekstin lähettäjä ei ole siis yksittäinen ihminen, vaan taustalla on koko työnantaja työntekijöineen. Tekstiä yksilöidään yksikön 2. persoonalla, jolloin jokainen sen vastaanottaja on sen tarkoitettu lukija. Työnantaja ohjaa vastaanottajaa toimimaan tietyllä tavalla indikatiivisilla väitelauseilla. Työnantaja lupaa vastaanottajalle työnkuvauksessa asioita, joita työllistyessä saa, mutta vaatii ihannehakijan esittelyissä tietynlaisia suhteellisia ominaisuuksia tai materiaalisia asioita, joita joko on tai ei ole. Työnantajan esittelyissäkin työnantaja voi ohjata vastaanottajaa, kun työnantaja kertoo arvoistaan tai millaista henkilökuntaa työnantajalla on. Jos vastaanottaja hakee työtä, odotetaan, että nämä arvot löytyvät työnhakijaltakin. Ihannehakija on aineistossa oleva ideaalin työnhakijan malli, jonka työnantaja haluaa. Kategorioiden rajaamattomuuden vuoksi työnantaja ohjaakin jokaista vastaanottajaa tällaiseksi ideaaliksi työnhakijaksi.

Rakenteellisten keinojen tarkoitus on herättää lukijan huomiota sekä kuljettaa tekstiä eteenpäin. Listat erottuvat teksteistä omiksi osikseen, ja niillä on rakenteen lisäksi mahdollisuuksia kuvaava tehtävä. Listat voivat ilmaista työnantajan esittelyissä vaihtoehtojen maailmaa, josta työntekijä voi valita oman vaihtoehdonsa. Toistot kuljettavat tekstiä eteenpäin, ja ne myös korostavat työnantajan ja tekstin lähettäjän ”me”-ryhmää.

Riikka Komulainen (2006: 89) kysyy oman pro gradu -tutkielmansa lopussa, näkyykö työvoimapula sellaisten alojen työpaikkailmoituksissa, joihin tarvitaan lisää työntekijöitä. Komulainen (mts. 88) myös toteaa, että 2000-luvun työpaikkailmoitukset ovat vaativia, koska työnantajilla on varaa vaatia työnhakijoilta enemmän kuin 1950-luvulla. Siivousalan ja telemarkkinoinnin työpaikkailmoituksissa työvoimapulan voi nähdä siinä, että tekstin lähettäjä neuvottelee tekstin vastaanottajan kanssa. Ihannehakijan, potentiaalisen uuden työntekijän, ei tarvitse olla korkeasti koulutettu eikä vuosien työkokemus ole välttämätöntä. Sen sijaan ehdotetaan, että ihannehakija voi olla esimerkiksi opiskelija, työtön, eläkeläinen tai myös ammattilainen. Esitetyt vaatimukset ovat luonteeltaan suhteellisia, vaikka joissain tapauksissa vaaditaan jotakin konkreettista, kuten ajokortti. Vaatimusten luonne mahdollistaa sen, että lähes jokainen tekstin vastaanottaja voi täyttää esitetyt vaatimukset, ja siten jokainen tekstin vastaanottaja voi olla uusi työntekijä.

Komulaisen (mts. 89) mukaan työnantajalla on valta, mutta analyysini perusteella aineistoni työpaikkailmoituksissa valtaa jaetaan myös tekstin vastaanottajalle. Lupaamalla esimerkiksi kannustavaa työyhteisöä sekä kilpailukykyistä palkkaa ja vaatimalla suhteellisia

ominaisuuksia, kuten positiivisuutta, työnantaja antaa tekstin vastaanottajalle vallan päättää, onko työtehtävä houkutteleva vai ei. En ole analyysissäni pyrkinyt vertailemaan siivousalan ja telemarkkinoinnin työpaikkailmoituksia, mutta on kuitenkin nähtävissä, että telemarkkinoinnin työpaikkailmoituksissa tarjotaan ja luvataan paljon enemmän kuin siivousalan työpaikkailmoituksissa. Joka tapauksessa molempien alojen työnantajat lupaavat paljon, mutta eivät vaadi liikaa.

Tutkielmani on erilaisista vaikuttamisen keinoista, mutta esimerkiksi pelkkää modaalisuutta ja direktiivisyyttä voisi tutkia pro gradu -tutkielman verran. Olen silti alusta asti tähdännyt kuvaamaan laajasti erilaisia piirteitä, koska rekrytoinnin teksteistä ei ole pro gradujen lisäksi tehty suurempia tutkimuksia. Mielenkiintoista olisi myös tutkia tarkemmin kategorisointia, sillä se rakentaa todellisuutta ja kertoo, mitä jokin on ja mitä se ei ole.

LÄHTEET

Tutkimusaineisto

TE-palvelut. paikat.te-palvelut.fi/tpt/, viitattu 31.7.2017

TE-palvelut. paikat.te-palvelut.fi/tpt/, viitattu 30.9.2017

Kirjallisuus

Ammattibarometri. www.ammattibarometri.fi, viitattu 14.5.2018.

ALHO, IRJA – KAUPPINEN, ANNELI 2009: *Käyttökielioppi*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia 1154. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

BILLIG, MICHAEL 1996 [1987]: *Arguing and thinking. A rhetorical approach to social psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.

ERONEN, RIITTA 1999: Monenlaisia rinnastuksia: eli, tai, mutta. – *Kielikello* 3/1999, <https://www.kielikello.fi/-/monenlaisia-rinnastuksia-eli-tai-mutta> (22.4.2018)

HEIKKINEN, VESA 1999: *Ideologinen merkitys kriittisen tekstintutkimuksen teoriassa ja käytännössä*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

HEIKKINEN, VESA 2012: Teksti. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.), *Genreanalyysi. Tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 59–66. Helsinki: Gaudeamus.

HEIKKINEN, VESA 2017: Jonnet ei muista Jonnee? Erikoisesta erisnimestä yleiseksi yleisnimeksi. – *Kotus-blogi* 23.5.2017, viitattu 27.4.2018. Saatavissa: https://www.kotus.fi/nyt/kotus-blogi/vesa_heikkinen/jonnet_ei_muista_jonnee.24260.blog

HONKANEN, SUVI 2012: *Kielioppi ja tekstilaji. Direktiivin muotoilusta viraston ryhmäkirjeissä*. Helsinki: Helsingin yliopisto.

HONKANEN, SUVI – TIILILÄ, ULLA 2012: Jaksoanalyysi osana tekstilajitutkimusta. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.), *Genreanalyysi. Tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 208–227. Helsinki: Gaudeamus.

JOKINEN, ARJA 1999: Vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen. – Arja Jokinen, Kirsi Juhila & Eero Suoninen (toim.), *Diskurssianalyysi liikkeessä* s. 126–159. Tampere: Vastapaino.

KAKKURI-KNUUTTILA, MARJA-LIISA 1998: Retoriikka. – Marja-Liisa Kakkuri-Knuuttila (toim.), *Argumentti ja kritiikki. Lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot* s. 233–272. Helsinki: Gaudeamus.

- KAKKURI-KNUUTTILA, MARJA-LIISA – HALONEN, ILPO 1998: Argumentaatioanalyysi ja hyvän argumentin ehdot. – Marja-Liisa Kakkuri-Knuuttila (toim.), *Argumentti ja kritiikki. Lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot* s. 60–113. Helsinki: Gaudeamus.
- KANKAANPÄÄ, SALLI 2006: *Hallinnon lehdistötiedotteiden kieli*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 1086. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- KANTOLA, ANU 2004: Suomea trimmaamassa. Strategiset retoriikat yrityksissä, politiikassa ja ay-liikkeessä 1980–2003. – Klaus T. Helkama, P. Seppälä, Pertti Alasuutari, Anu Kantola, Risto Tainio, Seppo Tiihonen, Kai Ilmonen, Markku Wilenius, Heikki Luostari, Turo Uskali & Erno Lehtinen (toim.), *Artikkelikokoelma tutkimushankkeesta sosiaaliset innovaatiot, yhteiskunnan uudistumiskyky ja taloudellinen menestys*. Helsinki: Sitra. Saatavissa: <https://media.sitra.fi/2017/02/27172203/Heiskala-2.pdf>
- KAUPPINEN, ANNELI – NUMMI, JYRKI – SAVOLA, TEA – HÄNNINEN, MARJA 2000: *Tekniikan viestintä. Kirjoittamisen ja puhumisen käsikirja*. Helsinki: Oy Edita Ab
- Kiinteistöpalvelualan työehtosopimus*. www.pam.fi/wiki/kiinteistopalvelualan-tyoehtosopimus.html, viitattu 4.4.2018.
- KOIVISTO, VESA 1991: *Suomen verbikantaisten UtU-verbijohdosten semantiikkaa*. Suomi 161. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- KOMULAINEN, RIIKKA 2006: *Työpaikkailmoitukset tekstilajina. Rakenteen muutokset ja työpaikkailmoitukseen sisältyvän vuorovaikutuksen ilmeneminen vuosina 1955 ja 2005*. Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopiston kieli- ja käännöstieteiden laitos.
- KOSKELA, SANNA 2014: Työhakemus tekstilajina. – *Virittäjä* 1/2014 s. 5–32.
- KOTILAINEN, LARI 2007: *Kiellon lumo. Kieltoverbitön kieltoonstruktio ja sen kiteytyminen*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- LARJAVAARA, MATTI 1990: *Suomen deiksis*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura
- LEECH, GEOFFREY N. 1983: *Principles of pragmatics*. London: Longman.
- LUUKKA, MINNA-RIITTA 2002: M.A.K. Halliday ja systeemis-funktionaalinen kielitiede. – Hannele Dufva & Mika Lähteenmäki (toim.), *Kielentutkimuksen klassikoita, Soveltavan kielentutkimuksen teoriaa ja käytäntöä* 4, s. 89–123. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- MÄNTYNEN, ANNE 2003: *Miten kielestä kerrotaan. Kielijuttujen retoriikkaa*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 926. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- MÄNTYNEN, ANNE 2006: Näkökulmia tekstin ja tekstilajien rakenteeseen. – Anne Mäntynen, Susanna Shore & Anna Solin (toim.), *Genre. Tekstilaji* s. 42–71. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

- MÄNTYNEEN, ANNE – SÄÄSKILAHTI, MINNA 2012: Uusi retoriikka genrejen tutkimuksessa. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.), *Genreanalyysi. Tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 194–207. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 169. Helsinki: Gaudeamus.
- PERELMAN, CHAÏM – OLBRECHTS-TYTECA, L. 1971: *The new rhetoric. A treatise on argumentation*. Kääntänyt John Wilkinson & Purcell Weaver. Notre Dame: University of Notre Dame Press.
- PIETIKÄINEN, SARI – MÄNTYNEEN, ANNE 2009: *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino. *Puhelinpalveluja ja yhteyskeskuksia koskeva työehtosopimus*. www.pam.fi/wiki/puhelinpalveluja-ja-yhteykskeskuksia-koskeva-tyoehtosopimus.html, viitattu 4.4.2018.
- POTTER, JONATHAN – WETHERELL, MARGARET – CHITTY, ANDREW 1991: Quantification rhetoric. Cancer on television. – *Discourse & Society* 2 s. 333–365
- POTTER, JONATHAN 1996: *Representing reality. Discourse, rhetoric and social construction*. Lontoo: Sage Publications.
- PÄLLI, PEKKA 2003: *Ihmisyhmä diskurssissa ja diskurssina*. Acta Universitatis Tamperensis 910. Tampere: Tampere University Press.
- SHORE, SUSANNA 2012a: Kieli, kielenkäyttö ja kielenkäytön lajit systeemis-funktionaalisessa teoriassa. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.), *Genreanalyysi. Tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 131–157. Helsinki: Gaudeamus.
- SHORE, SUSANNA 2012b: Systeemis-funktionaalinen teoria tekstien tutkimisessa. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.), *Genreanalyysi. Tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 158–185. Helsinki: Gaudeamus.
- TE-palvelut*. http://www.te-palvelut.fi/te/fi/tyonantajalle/loyda_tyontekija/ilmoita_avoin_tyopaikka/index.html, viitattu 14.5.2018.
- VENTOLA, EIJA 2006: Genre systeemis-funktionaalisessa kielitieteessä. Esimerkkinä asiointilanteet. – Anne Mäntynen, Susanna Shore & Anna Solin (toim.), *Genre. Tekstilaji* s. 96–121. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- VIRSU, VILLE 2012: *Sitouttamisretoriikka yritysviestinnässä*. Turun yliopiston julkaisuja 331. Turku: Turun yliopisto.
- VISK = HAKULINEN, AULI – VILKUNA, MARIA – KORHONEN, RIITTA – KOIVISTO, VESA – HEINONEN, TARJA RIITTA – ALHO, IRJA 2004: *Iso suomen kielioppi*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Verkkoersio, viitattu 23.4.2018. Saatavissa: scripta.kotus.fi/visk

YLI-VAKKURI, VALMA 1986: *Suomen kielipillisten muotojen toissijainen käyttö*. Turun yliopiston suomalaisen ja yleisen kielitieteen julkaisuja 28. Turku: Turun yliopisto.

LIITE. ESIMERKKEJÄ AINEISTOSTA.

Toimitilasiivoja, 2 paikkaa, Alen Consulting Oy, Tampere

Asiakkaamme on tamperelainen siivousalan yritys, joka tarjoaa laadukkaita ja monipuolisia siivouspalveluita. Etsimme nyt heille toiminnan kasvun myötä reippaita ja ahkeria

TOIMITILASIIVOOJIA monipuolisiin siivoustehtäviin.

Työtehtävät sisältävät mm. peruspesuja, pölypuhdistuksia ja pintojen pyyhkimistä. Työhön saa kattavan perehdytyksen, joten aikaisempaa siivouskokemusta ei vaadita.

Työtä tehdään arkisin aamuvuoropainotteisesti. Kohteet sijaitsevat Pirkanmaan alueella hyvien kulkuyhteyksien päässä, joten oma auto ei ole välttämätön.

Haussa on pitkäaikainen tekijä, jolla on asenne kohdillaan sekä aktiivinen, tarkka ja huolellinen ote työhön. Töitä on tarjolla viikoittain vaihtelevin tunnein sekä osa- että kokoaikaisesti. Palkkaus on kiinteistöpalvelualan tesin mukainen.

Tehtävä soveltuu hyvin esimerkiksi välivuoden pitäjälle tai työuransa alussa olevalle!

Työt alkavat sopimuksen mukaan elokuussa. Käsittelemme hakemuksia jo hakuaikana, joten hae paikkaa osoitteessa www.alenconsulting.fi jo tänään!

Lisätietoja saat arkisin toimistoltamme, p. 040 572 7731 tai posti@alenconsulting.fi

Elintarvikesiivoija, 3 paikkaa, ISS Palvelut Oy, Lappeenranta

Hihat heilumaan hyvässä jengissä!

Pidätkö tarkkuutta vaativasta itsenäisestä työstä? Nautitko siitä, että saat palvella ihmisiä parhaalla mahdollisella tavalla? Haluatko taloon, joka tarjoaa loistavat etenemis- ja koulutusmahdollisuudet?

Haemme nyt SIIVOOJIA elintarvikesiivoustehtäviin asiakaskohteeseemme Joutsenoon.

Yleisimpiin työtehtäviin kuuluu muun muassa toimistojen ja tuotantotilojen siivous, tiskaus sekä elintarviketehtaan matalapainepesu. Työ on tarkkaa ja vaatii hyvän fyysisen kunnon. Työtä tehdään pääsääntöisesti viikonloppuisin, perjantai-iltaisain ja lauantaiamuaisin. Mutta työajat voivat hieman myös vaihdella. Työsuhde on osa-aikainen.

Edellytämme sinulta iloista asiakaspalveluasennetta (Service with a Human Touch), omaaloitteisuutta ja vastuuntuntoisuutta. Työotteesi on järjestelmällinen ja työnjälkesi kunnollista. Arvostamme aikaisempaa kokemusta siivousalan töistä, mutta huomioimme myös muiden alojen työkokemuksen. Osa tehtävistämme vaatii 18 vuoden iän ja nuhteettoman taustan. Eduksi katsomme hygieniapassin ja oman auton käyttömahdollisuuden.

ISS:llä saat talon tuen ja mahdollisuuden edetä urallasi ja kouluttautua siivousalan ammattilaiseksi. Meillä viihdytään pitkään, ja työhönsä sitoutunut henkilökuntamme tuottaa asiakkaillemme alan parasta palvelua.

Tuntuuko tehtävä omalta? Liity mainioon työporukkaamme täyttämällä hakemuksesi jo tänään osoitteessa www.iss.fi. Hakuaika päättyy 15.8.2017. Muista merkitä hakemukseesi min-kälaiset vuorot sopivat sinulle.

ISS Palvelut on yksi Suomen suurimmista yksityisistä työnantajista ja maan johtava kiinteistö- ja toimitilapalveluyritys. Tuotamme asiakkaillemme kokonaispalveluratkaisuja, jotka muodostuvat siivous-, kiinteistön ylläpito-, ruokailu- ja turvallisuuspalveluista sekä muista näihin liittyvistä tukipalveluista. Luomme toiminnallamme laadullista ja taloudellista arvoa asiakkaidemme liiketoimintaan. Vuonna 2016 liikevaihtomme oli 487 miljoonaa euroa. Henkilökuntaa on lähes 10 000. ISS Palvelut on osa kansainvälistä ISS-konsernia, joka toimii 77 maassa. www.iss.fi, www.issworld.com, www.facebook.com/duunISSa

- ISS on savuton työpaikka -

Kerrosohittaja, ryhmän vanhin, N-Clean Oy, Tampere, Tampere
Haemme palvelukseemme hotelliasiakaskohteeseemme Tampereelle

RYHMÄN VANHINTA

Ryhmän vanhimpana toimit hotellissa esimiehen oikeana kätenä ja tuuraajana vapaapäivinä. Työtehtävät koostuvat kerroshoidon työstä, työntekijöiden opastuksesta ja perehdytyksestä sekä muista puhtaanapitopalveluihin liittyvistä asiakaspalvelutehtävistä. Työsuhde on vakituinen, ja vähimmäistyötunnit 50 tuntia/ 3 viikossa, lisätyöt ovat mahdollisia. Työ alkaa elokuussa.

Etsimme sellaista henkilöä, joka on näppärä, joustavia, ahkera ja luotettava työntekijä. Lisäksi kun olet asiakasystävällinen, jolla on aito halu tehdä parasta asiakaspalvelua, niin sovit joukkoomme erinomaisesti. Tehtävän hoitaminen edellyttää suomen kielen osaamista, englannin kielen taito on etu. Työkokemus siivousalalta tai laitoshuoltajan tutkinto katsotaan eduksi. Perehdytämme sinut joka tapauksessa pesunkestäväksi ncleaniläiseksi.

Lisätietoja tehtävästä antaa palveluesimies Minna Sippola, minna.sippola@nclean.fi

Lähetä hakemuksesi ja ansioluettelosi sähköpostilla osoitteeseen minna.sippola@nclean.fi pian tai viimeistään kuitenkin 31.7.2017 mennessä.

Käsitlemme hakemuksia sitä mukaa kun niitä tulee ja avoimet paikat täytetään heti sopivien työntekijöiden löydyttyä.

Tule mukaan innostavaan ja mukavaan työporukkaan. Meidän joukossa tulet viihtymään!

N-Clean on vuonna 2004 perustettu siivouspalveluyritys. Työllistämme lähes 1300 henkilöä siivous- ja toimitilapalveluiden tehtävissä. Toimimme valtakunnallisesti Suomessa sekä Tukholman alueella Ruotsissa. Siivouskohteitamme ovat hotellit, kylpylät, laivat, kauppakeskukset, tavaratalot, toimistotalot, oppilaitokset, taloyhtiöt ja marketit. Toimintaamme ohjaavat yrityksen arvot ja niistä johdetut toimintaohjeet. N-Clean on savuton työpaikka.

Kerroshoitaja, Ivalo, 2 paikkaa, Opteam Matkailu-Lappi/Hanko, Inari Kerroshoitajia talveksi Pohjois-Lappiin! Koe työelämys kaukana pohjoisessa!

Etsimme asiakkaallemme Ivaloon kerroshoitajia määräaikaiseen työsuhteeseen talviesongin ajaksi. Työt alkavat pääsääntöisesti marraskuussa. Tarjoamme tiukan työrupeaman, jolla on vastapainona tunturit, revontulet ja luonnossa kulkemisen vapaus. Pohjois-Lapissa koet ja opit varmasti uutta!

Hotelli sijaitsee kauniin luonnon välittömässä läheisyydessä Ivalojoen rannalla. Hotelli tarjoaa matkailijoille mukavaa majoitusta, monipuolisia ruokaelämyksiä sekä ystävällistä palvelua. Perheyrittäjien omistuksessa oleva hotelli on tunnettu lämmihenkisestä ilmapiiristään. Hyvin varustellut majoitustilat tarjoavat mukavat puitteet yöpymiseen. Huoneet ovat kodikkaasti sisutettuja ja valoisia, sopien monenlaiseen makuun.

Lisää hyviä syitä tulla Pohjois-Lappiin töihin voit lukea täältä: <http://rekrytointi.inarisaari-selka.fi/>.

Etsimme osaamista ja asennetta omaavia henkilöitä. Olet halukas oppimaan koko ajan lisää ja asenteeltasi olet avoin ja motivoitunut. Oikea asenne on myös jaksamista sekä urakka- ja tal-
kooasennetta, työkavereita ei pulaan jätetä!

Hakijalta odotamme:

- Kokemusta siivoustehtävistä
- Hyvää fyysistä kuntoa
- Oma-aloitteisuutta ja luotettavuutta
- Huolellista työtettä
- Iloista ja reipasta asennetta työtä kohtaan
- Tiimityöskentelytaitoja sekä paineensietokykyä
- Kokemusta sesonkityöskentelystä
- Joustavuutta työaikojen suhteen
- Intoa ja motivaatiota työhön!

Lisätietoja tehtävistä antaa:

Opteam Lapin toimisto: 010 8500 554, lappi@opteam.fi,
Asiakkuuspäällikkö Mika Rauhala, 0400 355 159, mika.rauhala@opteam.fi,
Rekrytointikonsultti Jyry Lehtoniemi, 050 413 1220, jyry.lehtoniemi@opteam.fi,
Soittopyynnöt tekstiviestillä. Kaikki hakemukset käsitellään luottamuksellisesti.

Mikäli kiinnostuit, lähetä meille hakemuksesi ja liitä mukaan CV:si, sekä suosittelijat yhteys-tietoineen viimeistään 13.08.2017 mennessä oheisen hakulinkin kautta. Hae pian, sillä paikka täytetään heti sopivan henkilön löydyttyä.

Huomioimme vain Opteam-järjestelmän kautta lähetetyt hakemukset.

"Työ Opteamilla

Työelämä muuttuu vauhdilla eikä sen merkitys ole kaikille enää sama. Jollakin on tähtäimessä täsmällinen urakehitys, vakituinen työ ja teräksenuja oman alansa ammattitaito. Joku toinen taas haluaa pausia tiukasti hommia rahoittaakseen seuraavan surffireissunsa, tai työskennel-
läkseen perhe-elämän tai opiskelun ehdoilla. Meitä on moneksi.

Me Opteamilla tarjoamme sinulle erilaisia työnteon malleja. Vuokratyö sopii silloin, kun haluat työskennellä oman elämäsi ehdoilla tai kartuttaa kokemusta ja ammattitaitoa erilaisissa yrityksissä. Rekrytoimme osaajia myös suoraan asiakkaillemme sekä vakituisiin että määräaikaisiin töihin. Meillä voit täydentää osaamistasi myös monipuolisilla koulutuksilla."

Myyjä, 2 paikkaa, AAA-Palvelut Oy, Helsinki myyjä osapäivä, Helsinki

Onko opiskelu laittanut menot tiukille ja rahalle on tarvetta?

Meillä rahan tekeminen on helppoa. Työtehtäväsi soveltuvat osa-aikaiseen työskentelyyn, työ, vapaa-aika ja koulu saadaan siis helposti sovitettua yhteen. Myös lisätyönä vällan mainio tapa täyttää tilipussia suuremmaksi

Työajat ovat joustavat, joten vuorot saamme toimimaan varmasti.

AAA-Palvelut Oy on telemarkkinointiyritys, joka panostaa hyvään ilmapiiriin ja työntekijöiden hyvinvointiin. Töissä pitää olla hauskaa ja mukavaa! Meillä ei pukuherrat pyöri tärkeilemässä, vaan ovat työpaikalla työntekijöitä auttamassa.

Myymme Suomen parhaita aikakauslehtiä ja soittamme vain asiakkaille, jotka ovat aikaisemmin tilanneet vastaavia tuotteita tai muuten ilmaisseet kiinnostuksensa tilaamiseen.

Mikäli olet sanavalmis, huumorintajuinen, iloinen tyyppi ja puhut sujuvaa suomea, olet oikea hakija meille. Koska panostamme koulutukseen ja kokemattoman myyjän avustamiseen suurella sydämellä, tiedämme tekevämme sinustakin myyjän. Jos olet työttömänä, voit osa-aikatoilla tienata 300€ kuukaudessa ilman että se vaikuttaa työttömyysturvaasi!

Soita Spinkki, 044 2727461 ja sovitaan työhaastatteluaika.

Voit myös käydä nettisivuillamme ja lähettää hakemuksen osoitteessa www.aaa-palvelut.fi tai lähettää sähköpostissa vapaamuotoisen hakemuksesi osoitteeseen helsinki@aaa-palvelut.fi
Löydät meidät myös Facebookista! https://www.facebook.com/AAApalvelut/?ref=aymt_homepage_panel

Urheilumarkkinoija, Dinamet Oy/ Go On Yhtiöt, Kouvola

Asiakkaamme, ProCito Oy, on suomalaisen huippu-urheilun kumppani.

Haemme nyt Kouvolan toimipisteeseen

URHEILUMARKKINOIJIA

vahvistamaan SM-Liiga ja Veikkausliiga joukkueiden myyntiä ja menestystä.

Pidätkö urheilusta ja puhutko siitä mielelläsi? Tässä työssä sitä tekemällä ansaitset rahaa!

Mikäli sinulla on myös kyky kuunnella ja keskustella asiakkaiden kanssa sekä löytää luontevasti keinot tarjota asiakkaille sopivia ratkaisuja, odotamme hakemustasi heti!

Positiivinen asenne ja perus IT-aidot auttaa työssä onnistumisessa.

Tarjoamme sinulle mielenkiintoisen päivätyön suomalaisen huippu-urheilun parissa. Tervetuloa myyntihenkiseen, positiivisia mielikuvia luovaan ja kehittyvään organisaatioon!

Palkkaus: takuutuntipalkka + provisio + bonukset.

Työt alkavat sopimuksen mukaan ja tehtävään koulutetaan huolellisesti. Tässä on mahdollisuus myös pitkäaikaiseen päivätyöhön!

Käy täyttämässä hakemus sivuillamme www.go-on.fi

Televarainhankkija, Greenpeace, Helsinki

Entä jos tekisitkin työtä juuri niiden asioiden puolesta, joihin todella uskot?

Greenpeace on maailman vaikuttavin ja aikaansaavin ympäristöjärjestö, joka toimii yksityisten ihmisten lahjoitusten varassa. Nyt haemme täydennystä televarainhankintatiimiimme Helsingissä.

Työssä pääset keskustelemaan Greenpeacen mahtavien lahjoittajien kanssa meille kaikille tärkeistä ympäristöasioista. Tavoittemme on sitouttaa nykyisiä sekä hankkia uusia lahjoittajia ja hankkia varoja ympäristötyöhöemme. Työssä opit paljon varainhankinnasta ja vahvistat samalla vuorovaikutustaitojasi.

Tarjoamme sinulle

- opiskelujen ohien sopivan iltatyön
- loistavan työporukan
- kiinteän palkkauksen (11,25€/h)
- perehdytyksen varainhankinnan perusteisiin
- jatkuvaa koulutusta Greenpeacen ajankohtaisesta kampanjatyöstä
- ja mahdollisuuden parantaa maailmaa!

Olet hakemamme henkilö, jos:

- sinulla on jo jonkin verran myynti- tai varainhankintaosaamista
- tai olet valmis sitä hankkimaan
- sinulla on hyvät vuorovaikutustaidot
- uskot Greenpeacen työhön ja tavoitteisiin

Työ sopii erinomaisesti opiskelujen ohelle, sillä voit työskennellä vapaavalintaisina arki-iltoina 3-5 kertaa viikossa. Työajat ovat maanantaista torstaihin kello 16-20:30 ja perjantaisin klo 15-19:15. Toimistomme sijaitsee hyvien liikenneyhteyksien varrella Sörnäisissä. Työ alkaa viikolla 41 (maanantaina 9.10. alkava viikko) tai sopimuksen mukaan.

Tule tekemään työtä puhtaamman ympäristön ja paremman tulevaisuuden puolesta. Lähetä vapaamuotoinen hakemuksesi VIIMEISTÄÄN sunnuntaina 8.10. sähköpostilla varainhankintakoordinaattori Tomi Strömbergille (tomi.stromberg@greenpeace.org, viestin otsikoksi: Televarainhankkija).