

”TÄSSÄ PALAUTE MIETITTÄVÄKSI”

Kielteisyyden kielentäminen Finnkino Oy:n asiakaspalautteissa

**Suomen kielen
pro gradu -tutkielma
Tampereen yliopistossa
Lokakuussa 2006**

**Maija Merikari
Anna Vilkkö**

SISÄLLYS

1. JOHDANTO	2
1.1. Tutkimuksen taustaa	2
1.2. Tutkimuksen keskeiset teoriat	4
1.3. Tutkimustehtävä	6
1.4. Tutkimusaineisto	7
1.5. Tutkimuksen eteneminen	9
2. ASIAKASPALAUTE TUTKIMUSKOHTEENA	11
2.1. Asiakaspalaute tekstinä, tekstilajina ja tekstintutkimuksen kohteena	11
2.2. Asiakaspalaute Internet-kontekstissa	15
2.3. Kohteliaisuus vuorovaikutuksen ylläpitäjänä.....	22
3. VUOROVAIKUTUKSEN JA KOHTELIAISUUDEN PERUSPERIAATTEITA	27
3.1. J. L. Austinin ja John R. Searlen puheaktiteoria	27
3.2. M. A. K. Hallidayn systeemis-funktionaalinen kielioppi	31
3.3. H. P. Gricen keskustelun periaatteet.....	34
3.4. Geoffrey N. Leechin kohteliaisuusperiaatteet ja metalingvistiset aspektit	37
4. ASIAKASPALAUTTEIDEN ALKU, KESKIKOHTA JA LOPPU	41
4.1. Yleistä	41
4.2. Alku: alkutervehdys ja aloitusjakso	46
4.3. Keskikohta.....	59
4.4. Loppu: lopetusjakso ja lopputervehdys	61
5. KIELTEISYYDEN KIELENTÄMINEN ASIAKASPALAUTTEISSA.....	76
5.1. Asiakaspalautteiden kielelliset teot.....	76
5.2. Nimeäminen asiakaspalautteissa	86
5.3. Keskustelun periaatteiden rikkominen.....	99
5.4. Kohteliaisuuden periaatteiden rikkominen	108
6. LOPUKSI.....	123
LÄHTEET	136

LIITE

Tampereen yliopisto
Kieli- ja käännöstieteiden laitos
MERIKARI, MAIJA – VILKKO, ANNA:
”TÄSSÄ PALAUTE MIETITTÄVÄKSI”
Kielteisyiden kielentäminen Finnkino Oy:n asiakaspalautteissa
Pro gradu -tutkielma, 140 s., 2 liites.
Suomen kieli
Lokakuu 2006

Tutkielmassa tarkastellaan Finnkino Oy:n kielteisiä asiakaspalautteita kriittisen tekstianalyysin keinoin. Tutkimusaineisto on kahden sadan asiakaspalautteen otos Finnkino Oy:n vuosina 2005–2006 vastaanottamista sähköisistä asiakaspalautteista: sata palautetta käsittelee palautteenkirjoittajien kokemuksia Kinolippu-puhelinpalvelusta ja sata palautetta palautteenkirjoittajien asiakaspalvelukokemuksia yrityksen eri elokuvateattereissa.

Tutkielmassa selvitetään, millaisia Finnkino Oy:n kielteiset asiakaspalautteet ovat rakenteeltaan ja sisällöltään. Asiakaspalautteiden rakenteen tarkastelun avulla selvitetään, minkälaisista funktionaalisista rakenneosista asiakaspalautteet muodostuvat, mitkä ovat näiden rakenneosien tehtävät, ja ovatko toiset rakenneosat asiakaspalautteen kokonaisrakenteen kannalta pakollisempia kuin toiset. Asiakaspalautteiden rakenteen tarkastelun avulla etsitään myös vastausta sille, noudattelevatko asiakaspalautteet perinteisen kirjeen tekstirakennetta. Asiakaspalautteiden sisällön tarkastelussa selvitetään, millaisia kielteiset asiakaspalautteet ovat sisällöltään. Tutkimuksessa selvitetään, millaisia kielteisyyttä ilmentäviä kielellisiä tekoja asiakaspalautteissa tehdään, miten niissä nimitään asiakaspalveluhenkilöitä, sekä miten niissä rikotaan vuorovaikutusta ja kohteliaisuutta.

Finnkino Oy:n kielteiset asiakaspalautteet ovat kolmiosaisia tekstejä, joilla on alku, keskikohta ja loppu. Nämä kolme rakenneosaa voidaan edelleen jakaa pakollisiin tai valinnaisiin funktionaalsiin rakenneosiin, joista jokaisella on oma tehtävänsä asiakaspalautteen kokonaisrakenteen kannalta. Finnkino Oy:n kielteiset asiakaspalautteet ilmentävät kielteisyyttä usealla eri tavalla. Asiakaspalautteenkirjoittajat tekevät palautteissaan kielteisyyttä ilmentäviä kielellisiä tekoja, nimeävät ja kuvailevat asiakaspalveluhenkilöitä kielteisillä sananvalinnoilla sekä rikkovat niin keskustelun kuin kohteliaisuudenkin periaatteita.

Kielteisessä asiakaspalautteessa kielteisyys ilmenee sekä rakenteen että sisällön tasolla, ja kielteisyyttä kielennetään palautteissa usein varsin kerrostuneesti. Kielteisyys syntyy palautteisiin monen eri kielellisen keinon yhteisvaikutuksesta: Finnkino Oy:n asiakaspalautteiden kielteisyys syntyy paitsi siitä, mitä sanotaan ja miten sanotaan, myös siitä, mitä jätetään sanomatta.

Asiasanat: asiakaspalaute, kielteisyys, kohteliaisuus, nimeäminen, puheakti, teksti, tekstilaji, tekstintutkimus, vuorovaikutus

1. JOHDANTO

1.1. Tutkimuksen taustaa

Lähestulkoon jokainen meistä on joskus kokenut asiakaspalvelun¹ palautteen – joko myönteisen tai kielteisen – antamisen arvoiseksi. Ihminen hahmottaa maailmaa subjektiivisten kokemustensa kautta, mikä näkyy myös toimittaessa vuorovaikutteisissa asiakaspalvelutilanteissa. Toisen myönteisesti kokema palvelutilanne voi toisen mielestä olla kielteinen. Palveluyhteiskunnassa hyvä palvelu on usein huomaamatonta. Se on itseisarvo. Onnistuneeksi koettu asiakaspalvelutilanne saa harvoin kiitosta, kun taas kielteisesti koettu asiakaspalvelutilanne huomioidaan ja muistetaan herkemmin. Tästä syystä siis kielteistä asiakaspalautetta myös annetaan myönteistä palautetta helpommin.

Tässä pro gradu -tutkielmassa tarkastellaan elokuvateatteriketju Finnkino Oy:n² sähköisesti vastaanottamia, kielteisiä asiakaspalautteita³. Tutkimuksen kohde, kielteinen asiakaspalaute, on rajattu asiakaspalautetekstilajista. Kielteinen asiakaspalaute on siis asiakaspalautteen alalaji. Kielteisten kokemusten kielentämisen tarkasteleminen on erityisen kiinnostavaa, sillä kielteisyys ei ole eksplisiittinen eikä yksiselitteinen, saati rajattu, tekstistä suoraan havaittava yksittäinen kielellinen piirre. Kielteisyys onkin tästä syystä hyvin monitulkintainen ja hankalasti määriteltävä ilmiö. Tästä kielteisyyden monimuotoisuudesta johtuen kielitieteellinen tutkimus ei ole onnistunut kehittämään erillistä teoriaa, joka määrittelisi kielteisyyden tyhjentävästi siten, että se olisi implisiittisyyden sijaan eksplisiittinen ilmiö.

Kielteisyys syntyy useiden kielellisten piirteiden yhteisvaikutuksesta, ja sitä tarkasteltaessa on syytä kiinnittää huomiota eri kielentutkimuksen osa-

¹ Asiakaspalvelu tarkoittaa jonkin yhteisön sen asiakkaalle tarjoamia palvelumyönteisyyden muotoja kokonaisuutena (CD-PS 1997).

² Rautakirja-konserniin kuuluva Finnkino Oy on Suomen suurin elokuvateatteriketju: Finnkino Oy:llä on Suomessa kaikkiaan 16 elokuvateatteria yhdeksällä paikkakunnalla (Rautakirja-konsernin Internet-sivut).

³ Asiakaspalaute on palvelun käyttäjän kannanilmaus tai reaktio johonkin palveluntarjoajan toimenpiteeseen tai tapahtumaan (CD-PS 1997).

alueisiin. Kielteisyyden havaitsemiseksi ja määrittelemiseksi on tarkasteltava asiakaspalautetekstien kirjoittajien subjektiivisia kokemuksia ja palautteissa esiintyviä implisiittisiä piilomerkityksiä, jotka ilmenevät palautteissa erilaisina kielellisinä valintoina.

Tämä tutkielma kuuluu deskriptiivisen kielentutkimuksen alaan. Tutkimusaineistoa tarkastellaan pääasiassa kriittisen tekstianalyysin sekä pragmaatiikan keinoin. Tutkimuksessa selvitetään, millaisia Finnkino Oy:n kielteiset asiakaspalautteet ovat rakenteeltaan ja sisällöltään: millaisista osista niiden rakenne muodostuu, ja millaisin kielellisin valinnoin palautteenkirjoittajat kielentävät kielteisiä asiakaspalvelukokemuksiaan? Tutkimuksen pääpaino on asiakaspalautteiden sisällön tarkastelussa. Myös palautteiden rakenteen tarkastelu on tarpeen, jotta on mahdollista luoda kokonaiskuva siitä, millainen kielteinen asiakaspalaute on tekstinä. Menetelmältään tämä pro gradu-tutkimus on kvalitatiivinen, mutta aineistosta esitetään myös kvantitatiivista tietoa. Kvantitatiivinen analyysi täydentää kvalitatiivista tulkintaa. Kvantitatiivisten havaintojen avulla aineistosta on mahdollista esittää määrällistä tietoa ilmiöiden esiintymisestä suhteessa toisiinsa.

Kielitieteellisesti tämä tutkielma kuuluu tekstintutkimuksen alaan. Tekstintutkimus on Pauli Saukkosen (2001: 9) mukaan vielä varsin vähän tutkittu kielen osa-alue, ja sitä tulisi tehdä nykyistä enemmän. Tekstintutkimuksen arvostuksen lisääntymisestä kertoo esimerkiksi se, että uusi äidinkielen ylioppilaskoe painottaa ja mittaa ylioppilaskokelaiden erilaisia tekstitaitoja.

Hanna Lappalainen (2004b: 270) toteaa, että eräs humanistisen tutkimuksen tavoite on ymmärtää, millainen ihminen on, miten hän toimii eri tilanteissa, ja millaisin keinoin hän rakentaa merkityksiä. Tämä tieto lisää tulevaisuudessa edelleen arvostustamme tavallista kielenkäyttäjää ja kielenkäyttöä kohtaan: elinvoimainen kieli tarjoaa valtavat resurssit ilmaista itseämme ja olla vuorovaikutuksessa keskenämme. Kielteinen asiakaspalaute tutkimuskohteena edustaa juuri tällaista kiinnostavaa, mutta toistaiseksi varsin vähän tutkittua vuorovaikutteista arkitekstien lajia. Lappalainen (2004b: 266–270) esittääkin arkitekstien tutkimisen olevan nykypäivänä hyödyllistä. Katariina Iisa, Salli Kankaanpää ja Aino Piehl (1999: 418) puhuvat arkitekts-

tin sijaan käyttötekstistä, joka on rinnakkainen käsite arkitekstin kanssa. Käyttöteksti on teksti, jolla on selkeä tavoite ja kokonaisrakenne. Hyvä käyttöteksti kertoo asioiden välisistä suhteista ja on sävyiltään kulloiseenkin tilanteeseen sopiva.

Helsingin yliopiston opinnäytetietokannan mukaan (luettu 13.7.2006) asiakaspalautteita suomen kielen pro gradu -tutkielmia on valmistunut ainoastaan yksi: Oulun yliopistossa vuonna 1993 valmistunut Jaana Piltosen pro gradu -tutkielma⁴. Piltosen tutkielma ei aineiston näennäisestä samankaltaisuudesta huolimatta ole kuitenkaan verrattavissa tähän pro gradu -tutkielmaan. Piltosen nimittäin rinnastaa tutkielmassaan reklamaation⁵ ja asiakaspalautteen. Hän ei siten tarkastele nimenomaan asiakaspalvelua käsitteleviä asiakaspalautteita, vaan reklamaatioita. Tämän tutkimuksen asiakaspalautteet eivät ole reklamaatioita, sillä ne eivät kohdistu käsin kosketeltavaan materiaan, vaan aineettomaan asiakaspalveluun. Reklamaation tavoin asiakaspalautteisiin sisältyy kuitenkin toisinaan vaatimus jonkinlaisesta korvauksesta huonosta palvelusta aiheutuneelle mielipahalle.

Palveluorganisaatioissa asiakasta ja asiakaspalautetta arvostetaan nykyään yhä enemmän. Asiakaspalautte on arvokkaiden ajatusten ja kritiikin kulkuväylä organisaatioon. Asiakaspalautte on siten merkittävä osa palvelun laadun arviointia ja kehittämistä: se antaa paitsi tietoa palvelun laadusta, myös asiakkaan subjektiivisista kokemuksista, jotka voidaan kielentää monella tavalla.

1.2. Tutkimuksen keskeiset teoriat

Asiakaspalautteiden rakenteen tarkastelu perustuu Aristoteleen esittämään ajatukseen tekstistä alun, keskikohdan ja lopun kokonaisuutena (Aristoteles [1982]: 27). Aristoteles on hahmotellut kolmijakonsa kuvatessaan antiikin

⁴ PILTONEN, JAANA 1993: *Reklamaatiot eli asiakaspalautteet kielenhuollon näkökulmasta. Miten miehet selviytyvät asiatyylisestä?* Oulun yliopisto. SSKL. Pro gradu.

⁵ *Reklamaatio* tarkoittaa liike-elämässä tavarantoiminnan virheellisyttä, suorituksen sopimuskensuhteisuutta tai muuta sellaista koskevaa ilmoitusta, johon liittyy vaatimus korvauksesta tai sopimuksen purkamisesta (CD-PS 1997).

draaman kaarta, mutta tämä jako soveltuu pääpiirteittäin myös asiakaspalautteiden kaltaisten, vähemmän tutkittujen nykypäivän käyttötekstien ja niiden funktionaalisten osien tarkasteluun. Näitä funktionaalisia rakenneosia tarkastellaan tässä tutkimuksessa niiden pakollisuuden ja valinnaisuuden näkökulmasta. Rakenneosien pakollisuudesta ja valinnaisuudesta ovat puhuneet muun muassa Ruqaiya Hasan (1989) ja David Crystal (2001), joiden ajatuksia sovelletaan tämän tutkimuksen asiakaspalautteiden rakenneanalyysissä.

Asiakaspalautteiden sisällön tarkastelu perustuu palautteiden kielellisten valintojen analysoimiseen. Kielellinen valinta on M. A. K. Hallidayn systeemifunktionaalisen kieliopin (SF-kielioppi) keskeinen käsite. Kielelliset valinnat ovat J. L. Austinin ja John R. Searlen mukaan myös kielellisiä tekoja. Nämä kielelliset teot voivat olla joko myönteisiä tai kielteisiä. Tämän tutkimuksen keskiössä ovat nimenomaan kielteiset kielelliset teot, jotka uhkaavat vuorovaikutustilanteessa jollain tavoin keskustelukumppanin kasvoja eli ovat impositiivisia (esim. Muikku-Werner 1993: 13).

Tutkimuksen kohde, kielteinen asiakaspalaute, vaatii kielteisyyden määrittämistä. Tässä tutkimuksessa kielteisyyden ilmiötä tarkastellaan lähestymällä sitä sen vastakkaisesta suunnasta: se, mikä on myönteisessä vuorovaikutustilanteessa sosiaalisesti hyväksyttyä ja odotuksenmukaista, on kielteisessä vuorovaikutustilanteessa jotakin päinvastaista. Kielteisessä vuorovaikutustilanteessa sen osapuolet toimivat aina jollakin tapaa vastoin odotettuja vuorovaikutus- ja kohteliaisuuskäytänteitä. Näistä käytänteistä ovat puhuneet muun muassa H. P. Grice ja Geoffrey N. Leech.

Kielifilosofi Grice (1975 [1968]) on esittänyt keskustelun perustuvan yhteistyölle ja vuorovaikutukselle, jotka velvoittavat keskustelijoita toimimaan vaistonvaraisesti tietyllä tavalla. Leech (1983) puolestaan on määritellyt kohteliaisuusmaksimit, joita noudattamalla tämän yhteistyön periaatteen voidaan katsoa täydentyvän. Kohteliaisuus on aina tärkeä osa onnistunutta vuorovaikutustilannetta: on tarkoituksenmukaista olla kohtelias, jotta yhteistyö säilyy keskustelun osapuolten välillä. Tarkastelemalla Gricen keskustelun maksimien ja Leechin kohteliaisuusmaksimien rikkomista on mahdol-

lista osoittaa, miten odotettuja vuorovaikutus- ja kohteliaisuussääntöjä rikotaan asiakaspalautteissa, ja miten kielteisyys niiden rikkomisen kautta syntyy palautteisiin.

1.3. Tutkimustehtävä

Tällä pro gradu -tutkielmalla on kaksi päätutkimustehtävää: toinen koskee asiakaspalautteiden rakennetta, toinen niiden sisältöä. Tutkielman ensimmäinen päätavoite on selvittää, millaisia elokuvateatteriketju Finnkino Oy:lle osoitetut kielteiset asiakaspalautteet ovat kokonaisrakenteeltaan. Strukturalistinen osa-kokonaisuussuhteeseen perustuva lähtökohta tutkimukselle on, että asiakaspalautteella, kuten myös muilla tekstilajeilla, on omine erityispiirteineen tietynlainen perusrakenne, jonka kokonaisuus muodostuu pienemmistä osista.

Ensimmäinen asiakaspalautteiden rakennetta koskeva tutkimushypoteesi on, että kielteisessä asiakaspalautteessa on erilaisia funktionaalisia rakenneosia. Toinen hypoteesi on, että eri funktionaalisilla rakenneosilla on asiakaspalautteessa tietyt tehtävät. Kolmas hypoteesi on, että toiset näistä rakenneosista ovat palautteen kokonaisuuden kannalta pakollisempia kuin toiset. Neljäs hypoteesi on, että sähköpostitse annettu asiakaspalautte on rakenteeltaan kirjemäinen.

Tutkielman toinen päätavoite on selvittää, millaisia Finnkino Oy:n kielteiset asiakaspalautteet ovat sisällöltään: millaisia asiakaspalautteen pakolliset rakenneosat ovat, millaisia kielellisiä tekoja palautteissa esiintyy, millaisin kielellisin valinnoin asiakaspalveluhenkilöitä nimetään, sekä miten vuorovaikutusta ja kohteliaisuutta asiakaspalautteissa rikotaan. Näiden tutkimuskysymysten avulla selvitetään, mikä tekee kielteisestä asiakaspalautteesta nimenomaan kielteisen palautteen, eli onko kaikilla tutkittavilla kielellisillä ilmiöillä yhteys asiakaspalautteiden kielteisyyteen.

Ensimmäinen asiakaspalautteiden sisältöä koskeva hypoteesi on, että kielteisissä asiakaspalautteissa esiintyy paljon sellaisia kielellisiä tekoja, kuten käskyjä ja kysymyksiä, jotka luovat palautteisiin impositiivisuutta.

Toinen hypoteesi koskee asiakaspalvelijoiden nimeämistä. On oletettavaa, että nämä asiakaspalveluhenkilöiden nimeämiseen käytetyt ilmaukset ovat kielteisissä asiakaspalautteissa pääosin kielteisiä, asiakaspalvelijoiden kasvoja uhkaavia. Kolmas tutkimushypoteesi on, että kielteisissä asiakaspalautteissa rikotaan Gricen yhteistyöperiaatetta, ja neljäs hypoteesi on, että niissä rikotaan myös Leechin kohteliaisuusmaksimeja.

Pro gradu -tutkimuksen päämäärä on todentaa edellä esitettyjen hypoteesien paikkansapitävyys selvittämällä seuraavat tutkimuskysymykset:

1. Millaisia Finnkino Oy:n kielteiset asiakaspalautteet ovat rakenteeltaan?
 - a. Mistä rakenneosista asiakaspalautteet koostuvat?
 - b. Mitkä ovat rakenneosien tehtävät?
 - c. Ovatko toiset rakenneosat palautteen kokonaisuuden kannalta pakollisempia kuin toiset?
 - d. Onko sähköinen asiakaspalautte rakenteeltaan kirjemäinen?

2. Millaisia Finnkino Oy:n kielteiset asiakaspalautteet ovat sisällöltään?
 - a. Millaisia puheakteja eli kielellisiä tekoja palautteissa esiintyy?
 - b. Miten asiakaspalveluhenkilöitä nimetään palautteissa?
 - c. Miten vuorovaikutusta ja kohteliaisuutta rikotaan palautteissa?

1.4. Tutkimusaineisto

Tämän pro gradu -tutkielman aineisto koostuu elokuvateatteriketju Finnkino Oy:n kahdesta sadasta kielteisestä asiakaspalautteesta. Palautteet ovat niin sanottuja Internet-palautteita⁶, sillä Finnkino Oy vastaanottaa asiakaspalautetta tällä hetkellä ainoastaan Internet-sivustonsa palautelomakkeen (ks. liite 1) tai sähköpostin välityksellä.

⁶ Internet- eli verkkopalautte tarkoittaa palvelun käyttäjän Internetin välityksellä antamaa kirjallista kannanilmausta tai reaktiota johonkin toimenpiteeseen tai tapahtumaan (CD-PS 1997).

Finnkino Oy:lle kohdistetuissa asiakaspalautteissa asiakas voi vapaasti kirjoittaa palautteensa valitsemastaan aihealueesta palautelomakkeessa olevaan tyhjään kenttään. Nämä asiakaspalvelun eri muotoihin liittyvät alueet on lueteltu lomakkeen alussa, jotta palaute ohjautuisi asiasta vastaavalle henkilölle. Näistä aihealueista asiakas kirjoittaa palautteensa sähköpostikirjeen muotoon. Nämä sähköpostimuotoiset palautteet asiakas voi kirjoittaa joko anonymisti tai jonkinlaisella nimellä⁷.

Tutkimusaineiston asiakaspalautteet käsittelevät asiakkaiden henkilökohtaisesti, joko puhelimitse tai kasvokkain, kokemia asiakaspalvelutilanteita Finnkino Oy:n edustajan kanssa. Tutkimusaineisto muodostuu kielteisistä asiakaspalautteista. Kielteiset palautteet kattavatkin kaikista Finnkino Oy:n vastaanottamista palautteista selvästi valtaosan⁸. Lisäksi kielteiset asiakaspalautteet ovat tutkimuskohteena myönteisiä palautteita kiinnostavampia: tunteita kuohuttaneen, harmittavan ja kielteisesti koetun asian kielentäminen kohteliaasti ja ymmärrettävästi ei ole helppoa. Erityisesti juuri kriittisen palautteen antaminen ikävistä asioista on hankalaa ilman, että palautteenantajien kielteiset tunnetilat eivät näkyisi myös kielellisessä ilmaisussa. Koska kielteisen palautteen antamisen tavoitteena on useimmiten saada aikaan jokin muutos esimerkiksi joko yksittäisten henkilöiden toiminnassa tai palvelun laadussa, tavoitteeseen pääseminen edellyttää vastaanottajan tavoittamista ja vastareaktion saavuttamista. Vuorovaikutuksen tulisi siis olla palautteen kriittisestä asiasisällöstä huolimatta myös rakentavaa.

Tämän tutkimuksen tutkimusaineisto on kahden sadan palautteen otos Finnkino Oy:n vuosina 2005–2006 vastaanottamista asiakaspalautteista. Lukumäärällisesti kaksi sataa asiakaspalautetta mahdollistaa suuntaantavan yleiskuvan luomisen siitä, millaisia Finnkino Oy:n kielteiset asiakaspalautteet ovat rakenteeltaan ja sisällöltään. Tutkimusaineisto muodostuu

⁷ Tutkimusaineistossa esiintyvät henkilönimet ja muut tunnistettavuuden mahdollistavat tiedot on häivytetty palautteenkirjoittajien intymiteettisuojaan takaamiseksi.

⁸ Finnkino Oy:n henkilöstöpäällikön mukaan karkeasti arvioituna noin 60 % asiakkaiden yhteydenotoista on yleistä tiedustelua erilaisista asioista ja noin 40 % varsinaisia asiakaspalautteita. Näistä asiakaspalautteista suurin osa on kriittisiä asiakaspalveluun ja yrityksen toimintaan liittyviä palautteita. Tarkkoja lukumääriä myönteisten ja kielteisten palautteiden jakautumisesta ei voida tässä tutkimuksessa esittää, sillä Finnkino Oy ei tilastoi myönteisten ja kielteisten palautteiden suhteellista jakautumista.

kahdesta osa-aineistosta: 100 asiakaspalautetta käsittelee puhelinasiointia Kinolippu-lipunvarauskeskuksen henkilökunnan kanssa ja 100 palautetta elokuvateattereissa kasvokkain koettuja asiakaspalvelutilanteita. Kinolippu-lipunvarauskeskusta koskevista palautteista käytetään jatkossa myös lyhennettä KLP ja teatteripalvelupalautteista lyhennettä TPP. Tämä aineiston kah-tiajako edellä mainitulla tavalla mahdollistaa myös tutkimuksen tekijöiden henkilökohtaisten osuuksien osoittamisen luvussa 1.5. esitetyllä tavalla.

1.5. Tutkimuksen eteneminen

Tämä pro gradu -tutkielma on valmistunut kahden opiskelijan yhteistyönä, ja tekijöiden keskinäinen työnjako on seuraavanlainen: Merikari on vastaan- nut Kinolippu-palauteaineistosta ja Vilikko teatteripalvelupalauteaineistosta. Koska molemmat tekijät ovat analysoineet aineistojensa rakenteen ja sisäl- lön, he vastaavat aineistojensa sekä rakenteen että sisällön analyysistä. Tästä syystä molemmat tekijät ovat tasapuolisesti myös perehtyneet tutkimuksen teorioihin ja vastaavat siten yhdessä tutkielman teoriaosuudesta. Kirjoitus- työn tekijät ovat suorittaneet kokonaisuudessaan yhdessä tutkimuksen luot- tettavuuden, pätevyyden sekä kokonaisuuden eheyden varmistamiseksi.

Tämä tutkielma koostuu kuudesta pääluvusta ja etenee seuraavanlaisesti: Tutkimuksen Johdanto-luvussa (1. luku) esitellään tutkimuksen tausta, tut- kimuksessa käytettävät keskeiset teoriat, tutkimustehtävät ja tutkimusaineis- to sekä kuvaillaan tutkimuksen eteneminen.

Asiakaspalaute tutkimuskohteena -luvussa (2. luku) esitellään tutkimus- kohde eli asiakaspalaute ja sijoitetaan se osaksi laajempaa kokonaisuutta, tekstien joukkoa. Luvussa tarkastellaan asiakaspalautetta tekstinä, tekstilaji- na ja tekstintutkimuksen kohteena. Lisäksi luvussa 2 tarkastellaan asiakas- palautetta Internet-kontekstissa, koska Internet-kontekstilla on oma erityinen merkityksensä asiakaspalautteen analysoimisessa. Luvussa 2 selvitetään myös kohteliaisuuden merkitystä vuorovaikutuksessa. Luvussa esitellään siis tutkimuskohteena olevaa asiakaspalautetekstiä, sen kontekstia sekä vuo-

rovaikutusta, johon tässä tutkimuksessa tarkasteltavat ilmiöt liittyvät kiinteästi. Tämän jälkeen siirrytään lukuun 3 tarkastelemaan niitä keinoja, joilla asiakaspalautetta tässä tutkimuksessa analysoidaan.

Vuorovaikutuksen ja kohteliaisuuden perusperiaatteita -luvussa (3. luku) käsitellään vuorovaikutuksen ja kohteliaisuuden teoriaa. Tarkastelun kohteena ovat Austinin ja Searlen puheaktiteoria, Hallidayn systeemifunktionaalinen kielioppi, Gricen keskustelun periaatteet sekä Leechin kohteliaisuusperiaatteet.

Asiakaspalautteiden alku, keskikohta ja loppu -luvussa (4. luku) esitellään aineiston rakenneanalyysi. Luvussa kuvaillaan ensin yleisesti asiakaspalautteiden rakennetta, jonka jälkeen jokaista rakenneosaa – alkua, keskikohtaa ja loppua – tarkastellaan tarkemmin. Lisäksi luvussa tarkastellaan palautteiden aloitus- ja lopetusjaksojen sisältötyyppejä. Kielteisyyden kielentäminen asiakaspalautteissa -luvussa (5. luku) keskitytään tarkemmin tutkimusaineiston sisällön analyysiin. Luvussa tarkastellaan asiakaspalautteissa esiintyviä kielellisiä tekoja, asiakaspalveluhenkilöiden nimeämistä sekä keskustelun ja kohteliaisuuden periaatteiden rikkomista. Lopuksi luvussa (6. luku) esitetään tutkimuksen loppupäätelmät.

2. ASIAKASPALAUTE TUTKIMUSKOHTEENA

2.1. Asiakaspalaute tekstinä, tekstilajina ja tekstintutkimuksen kohteena

Maailma on täynnä erilaisia tekstejä, ja teksti käsitteenä on varmasti jokaiselle tuttu. Silti **tekstin** käsitettä ei ole helppo määritellä tyhjentävästi. Tekstit ovat tuottajiansa joko puhuttuja tai kirjoitettuja näkemyksiä maailmasta, sillä ihminen hahmottaa itseään ympäröivää maailmaa ja sen tapahtumia tekstien avulla. Tekstin määritelmä muodostuukin usein sitä luonnehtivista yksittäisistä piirteistä, jotka ovat aina sidoksissa aikaan, paikkaan, tilanteeseen ja henkilöihin.

Asiakaspalaute on hyvä esimerkki tällaisesta kirjoittajan näkemyksiä ja kokemuksia välittävästä tekstistä. Asiakaspalaute heijastaa mielipiteiden ja toiveiden ilmaisukanavana kirjoittajansa maailmankuvaa. Sen ominaispiirteisiin kuuluu myös emotionaalisuus: asiakaspalautteen kirjoittaja ilmaisee ja välittää vastaanottajalle joko myönteisesti tai kielteisesti kokemiaan tunteita.

Kieli ja siten myös tekstit ovat maailman hahmottamisen väline. Kielen ja maailman suhde ei ole arbitraarinen tai satunnainen. Tekstintutkimuksessa puhutaan toisinaan teksteistä, jotka kuvaavat tai rakentavat todellisuutta. Tällaisia tekstejä ei Saukkosen (2001: 16, 19) mukaan kuitenkaan ole puhutaan olemassa: mitkään tekstit eivät sinällään ole todellisuuden kuvia, vaikka ne todellisuutta heijastavatkin. Kaikki tekstit luovat omaa todellisuutta. Mikään teksti ei myöskään rakenna täysin ja kokonaan uutta todellisuutta, vaan jokainen teksti kuvaa osin jo olemassa olevaa todellisuutta. Teksti on siis aina eri asia kuin itse tapahtuma, josta se kertoo, ja niinpä tekstiä voidaankin tarkastella omana kokonaisuutenaan, reaali maailmasta erillään. Siten myös asiakaspalautteet ovat erillään tapahtumista, joista ne puhuvat. Asiakaspalaute-teksti on siis eräänlainen narratiivi, jossa kertomuksen omaisesti selostetaan tapahtunutta.

Tekstissä näkemämme ja kokemamme asiat nimetään. Näkemästämme ja kokemastamme kertoessamme paljastamme tunteitamme ja ilmaisemme asenteitamme itseämme ympäröivän maailman tapahtumista. Teksti on merkityksen yksikkö, joka ei koostu lauseista, vaan realisoituu lauseina (Halliday & Hasan 1976: 2). Sekä puhuttu että kirjoitettu teksti on vuorovaikutusta, jossa on aina enemmän kuin yksi osallistuja. Teksti – ja siten myös asiakaspalaute – on käytössä olevaa kieltä ja viestijöiden välistä tavoitteellista kanssakäymistä. Tekstillä on aina jonkin tehtävän mukainen ja tekstin tuottajan omien tavoitteiden mukainen päämäärä.

Tekstien avulla on mahdollista käyttää valtaa: tekstin tuottaja voi tekstin avulla muuttaa vastaanottajan tietoisuuden oman näkökulmansa mukaiseksi (Saukkonen 2001: 36). Voidaan siis sanoa, että jokaisen tekstin tarkoitus on aina täyttää jokin tehtävä ja tekstin pitää saada jotakin aikaan vastaanottajassaan. Tekstin tehtävänä on paitsi antaa vastaanottajalle faktuaalista tietoa, myös vaikuttaa vastaanottajan mielipiteisiin ja tunteisiin sekä saada vastaanottaja toimimaan halutulla tavalla (Iisa – Kankaanpää – Piehl 1999: 38). Asiakaspalauteteksti täyttää nämä kaikki kolme tekstin tehtävää erityisen hyvin, kun taas esimerkiksi perinteisen uutisen tehtävä on pääasiassa vain tiedon välittäminen. Asiakaspalaute välittää tietoa, ja se välittää sitä paitsi tapahtuneesta, myös kirjoittajansa emootioista. Ilmaisemalla emootioitaan kirjoittaja vetoaa palautteen vastaanottajaan sekä tunteiden että mielipiteiden tasolla. Jo pelkästään asiakaspalautteen kirjoittaminen on osoitus siitä, että kirjoittaja haluaa saada vastaanottajan toimimaan toivomallaan tavalla.

Tekstiä ei ole mahdollista rajata joksikin, jolla ei olisi taustaa, käyttöyhteyttä, esiintymispaikkaa ja lukijakuntaa (Hiidenmaa 2000: 164). Sitä ei voi irrottaa kontekstistaan, jossa se on tuotettu ilman, että sen tavoite ja merkitykset muuttuvat. Tämä ajatus on peräisin jo klassisen retoriikan aikakaudelta. Pirjo Hiidenmaan (2000: 171, 179) mukaan konteksteja on monenlaisia, ja ne määräytyvät eri tavoin: tekstin, lukijan ja kirjoittajan sekä tekstiin itseensä kirjoittuvan kontekstin välinen ero on selvä. Tekstit luovat myös itse omaa kontekstiaan, mikä auttaa lukijaa ymmärtämään tekstin osia ja niiden välisiä suhteita ja siten hahmottamaan tekstin aihetta ja rakennetta (Saukko-

nen 2001: 30). Tekstin kokonaisuuden ymmärtämiseen vaikuttavat kontekstin lisäksi aina myös muut olemassa olevat tekstit, jotka käyvät keskenään intertekstuaalista vuoropuhelua. Teksti voidaan siis nähdä paitsi osana samanaikaisten tekstien verkkoa, myös osana historiaa, joka aktivoituu nykyyhetkessä (Kristeva 1993: 22–24).

Asiakaspalaute voidaan hahmottaa toisten samanlaisten tekstien, eli toisten asiakaspalautteiden, kautta omaksi tekstilajikseen. Asiakaspalautteen tunnistaminen juuri asiakaspalautteeksi perustuu konventionaalistuneisiin käsityksiimme siitä, mitä asiakaspalautteella tarkoitetaan. Kun tunnistamme asiakaspalautetekstilajin, meidän on mahdollista tunnistaa myös siihen kuuluvia alatekstilajeja⁹, kuten perinteiseksi mielletyt käsinkirjoitettu tai suullinen asiakaspalaute tai nykyisin yleinen sähköpostipalaute.

Kontekstilla on tärkeä merkitys myös **tekstilajin** eli genren määrittelyssä. Tekstin tapaan myös tekstilaji voidaan määritellä useilla eri tavoilla. Kielen tutkimuksessa tekstilaji on erityisesti 1900-luvun lopusta alkaen ollut suosittu kielenkäytön tutkimuskohde. Tekstilaji on myös keskeinen fennistisessä tutkimuksessa käytetty käsite, jonka määrittelyä ei Anne Mäntynen mukaan ole kuitenkaan perusteellisesti pohdittu. Tekstilajin käsitteen määrittely on tekstintutkimuksen kannalta kuitenkin erittäin olennaista. Jotta tekstilaji voidaan määritellä, tulee tarkastella sitä ilmentäviä ominaispiirteitä eli sen muotoa, sisältöä, rakennetta ja vaikutusta yleisöön. (Esim. Mäntynen 2003: 23–24, 26.)

Asiakaspalautteella on erityiset ominaispiirteensä, joiden perusteella se on määriteltävissä omaksi tekstilajikseen. Juuri näiden ominaispiirteiden selvittäminen on tämän tutkimuksen yksi päämäärinä. Tarkastelu rajoittuu asiakaspalautteen rakenteeseen ja sisältöön, jolloin tarkastelu asiakaspalautteen vaikutuksesta yleisöön jää tämän tutkimuksen ulkopuolelle.

Yleisimmin tekstilaji määritellään sellaisten tekstien joukoksi, jolla on yhteisiä kommunikatiivisia päämääriä. Tekstilajin voidaan ajatella tarkoittavan myös tietynlaista sosiaalista käytännettä (esim. Heikkinen 2005: 29). Nämä sosiaaliset käytänteet ovat kulttuuri- ja kontekstisidonnaisia, joten

⁹ Tekstilajien alalajeista eli alagenreista on puhunut muun muassa Bhatia (1993).

tekstilajinkin voidaan katsoa liittyvän aina tiettyyn kulttuuriin, yhteiskuntaan ja sosiaaliseen kontekstiin. Tekstilajit kehittyvät vuorovaikutuksellisesti kieliyhteisöissä, joten ne ovat osa kielenkäyttäjien konventionaalista arkitietoa. Muun muassa SF-kieliopin mukaan yksittäinen tekstilaji voidaan nähdä erityisenä kontekstin määräämänä toimintatyyppinä (Eggins & Martin 1997: 234–237). Kontekstin muovaamana syntynyt tekstilajin rakenne kertoo siitä, miten teksti asettuu osaksi maailmaa, mitkä ovat sen tavoitteet ja miten se suhtautuu lukijaansa (Mäntynen 2003: 59).

Aiemmat kokemuksemme ja tietomme teksteistä ja erilaisista tekstilajeista säätelevät sitä, mitä sanomme. Nämä kokemuspohjaiset tietomme vaikuttavat edelleen siihen, miten tulkitsemme erilaisia tekstejä. Tekstilajien tunnistamisen pohjalla ovat siis nämä lukijan aiemmat kokemukset, joiden avulla teksteissä voidaan nähdä samanlaisia piirteitä. Jokaisella tekstilajilla on omat erityiset piirteensä (Iisa – Kankaanpää – Piehl 1999: 314), ja nämä piirteet muodostuvat määrääviksi tekijöiksi, kun tekstejä nimetään eri tekstilajeiksi. Useimmiten tekstilajit nimetään niiden funktioiden mukaan (Saukonen 2001: 180). Mäntynen (2003: 26, 28) mukaan tekstilaji on tietyn yhteisön toimintaa. Erilaisia tekstejä lukiessaan ihminen siis subjektiivisesti etsii ja valitsee kyseiseen lukutilanteeseen sopivia tulkintakehyksiä, jotka edelleen sovitetaan yhteisön konventionaalistuneeseen toimintaan. Lopullinen tulkinta syntyy yksilön omien ja yhteisön yhteisten tulkintojen ja toimintatapojen perusteella.

Tekstien maailma on valtaisa. Se kattaa erilaiset tekstit muinaisista alkeellisista kirjoituksista nykypäivän mitä monimuotoisimpiin kirjallisuuden lajeihin ja arkisiin käyttöteksteihin, kuten sähköisiin teksti- ja sähköpostiviesteihin. Tekstilajin määrittely perustuu siihen, että erilaisia tekstejä voidaan mielekkäästi verrata toisiinsa: ilman tekstilaji-käsitettä kaikki tekstit olisivat yhtä suurta tekstimassaa.

Tekstilajitutkimus on tekstintutkimuksen suuntaus, jossa pyritään johtamaan tulkintoja tutkimuskohteena olevan tekstilajin erityispiirteistä. Tekstilajitutkimuksen yksi tarkoitus on määritellä tekstin osat, jotka muodostavat sen kokonaisuuden. Lisäksi sen avulla selvitetään, miten ja millaisilla kielel-

lisillä keinoilla nämä osat liittyvät toisiinsa muodostaessaan kokonaisuuden. Tekstilajitutkimuksen avulla tekstilaji saadaan määriteltyä sen pakollisten rakenne-elementtien perusteella. (Kotimaisten kielten tutkimuskeskuksen Internet-sivusto.) Asiakaspalaute-tekstilaji voidaan siten myös tarkemmin määrittellä sen pakollisten rakenne-elementtien perusteella, mikä on yksi tämän tutkimuksen tehtävistä.

Yleensä **tekstintutkimus** paneutuu nimenomaan kirjoitetun kielen tutkimukseen (Hiidenmaa 2000: 165). Halliday ja Hasan (1976: 327–328) painottavat, että tekstin lingvistinen analyysi ei kuitenkaan lopulta ole ”yksi tulkinta tekstistä”, vaan lingvistin tärkeimpänä tehtävänä on selittää, miten ja miksi teksti merkitsee jotakin lukijalle tai kuulijalle, ja miten ja miksi lukija tai kuulija päätyy arvioimaan sitä tietyllä tavalla.

Tekstintutkimus – kuten myös tekstin ja tekstilajin monet määritelmät – korostaa kontekstin merkitystä ja kommunikaatiotilannetta. Tekstintutkimuksessa, kuten retoriikassakin, puhuminen ja kirjoittaminen nähdään ensisijaisesti tekoina ja toimintana (Summa 1989: 94–95, 99). Retorinen analyysi soveltuu tekstintutkimuksen osaksi erityisen hyvin juuri siksi, että se huomioi sekä tekstin sisällön että sen, miten sisältöä ilmaistaan. Tästä syystä aineiston retorinen lähestymistapa soveltuu myös tähän tutkimukseen.

2.2. Asiakaspalaute Internet-kontekstissa

Asiakaspalaute on nimetty sille tyypillisten ominaispiirteiden mukaan omaksi, muista tekstilajeista erottuvaksi tekstilajikseen. Asiakaspalaute-nimi tiivistää tekstin sisällön ja tarkoituksen: asiakaspalautteen kirjoittaja reagoi johonkin myönteisesti tai kielteisesti kokemaansa asiakaspalvelutilanteeseen, jonka hän välittää vastaanottajalle toivoen, että palaute saa aikaan jotakin. Tietty kommunikaatiotavoite siis ohjaa asiakaspalautteen kirjoittamista ja siinä ilmeneviä erilaisia kielellisiä valintoja.

Tilastokeskuksen raportista *Internet ja sähköinen kauppa yrityksissä 2005* käy ilmi, että 65 prosentilla yli viisi henkilöä työllistävistä yrityksistä oli omat Internet-kotisivut vuonna 2005 (Tilastokeskuksen Internet-sivut).

Tiedolla tietoyhteiskuntaan III -julkaisun mukaan keväällä 2004 noin 78 prosentilla suomalaisista oli Internetin käyttömahdollisuus joko kotona, työssä, opiskelupaikalla tai jollakin muulla käyttöpisteellä (Tilastokeskuksen Internet-sivut). Voidaankin siis olettaa, että yhä useampien yritysten yhä useammat palvelut, kuten myös mahdollisuus antaa asiakaspalautetta, siirtyvät tulevaisuudessa verkkoympäristöön.

Nykyisen teknologiakehityksen perusteella voitaneen olettaa, että Internetin käyttö lisääntyy edelleen. Näin ollen on odotettavissa, että myös erilaisten sähköisten lomakkeiden, kuten asiakaspalautelomakkeiden, käyttö lisääntyy entisestään. Verkkoympäristössä palautelomakkeet ovat helposti lähes jokaisen saatavilla. Näin ollen palautteen antaminen on entistä vaivattomampaa ja nopeampaa. Lisäksi palaute on helppo kohdistaa suoraan oikealle vastaanottajalle sen sijaan, että tätä lähestyttäisiin esimerkiksi kirjeitse tai puhelimitse.

Sähköpostimainen asiakaspalaute on Marianne Torisevan (2005: 49) mukaan niin sanottu epäsynkroninen teksti, eli sähköpostiviestintä ei ole samanaikaista, synkronoitua toimintaa: tällaista palautetta ei välttämättä lueta juuri sen saapumishetkellä, eikä siihen myöskään välttämättä vastata välittömästi. Kirjoittaja ei myöskään voi kontrolloida kirjoittamaansa sähköpostia sen lähettämisen jälkeen. Sähköpostitekstin tuottamisen ja sen vastaanottamisen välissä onkin aina viive (Crystal 2001: 26). Vastaanottaja on siten aina jonkin verran jäljessä tekstin tuottajaa tulkitessaan viestin tilannekehystä. Näin ollen sähköpostiviestien ja siten myös sähköpostitse annetun asiakaspalautteen puheenvuorojen vuorottelu ei ole suoraan verrattavissa puhutun keskustelun puheenvuorojen vuorotteluun.

Sähköpostiviestiä voidaan verrata yhä sen kanssa rinnakkain esiintyvään perinteiseen kirjeeseen. Kirjeellä viitataan henkilökohtaiseen viestiin, joka on osoitettu henkilökohtaisesti vastaanottajalle esimerkiksi sähköpostilla tai perinteisesti kirjekuoressa. Kirjemäisyys näkyy myös tekstin rakenteessa. Perinteisen kirjeen katsotaan muodostuvan kolmesta keskeisestä osasta: Alku ja loppu identifioivat kirjeenvaihdon osapuolet, ja keskellä sijaitsee yleensä itse asia. Alussa on tervehdys sekä mahdollisesti vastaanottajan ni-

mi ja päiväys, ja kirjeen lopussa on lopputervehdys ja lähettäjän nimi mahdollisine yhteystietoineen. (Esim. Barton & Hall 1999: 6.)

Internetin käyttöä kuvaillaan nykypäivänä vaivattomaksi. Sen käytön vaivattomuus ja nopeus heijastuu myös Internet-kontekstin teksteihin. Tekstejä, niiden kieltä ja rakennetta, on nykypäivänä tietokoneen avulla kätevä ja nopea muokata sekä viimeistellä. Onkin siis yllättävää, että tämän tutkimuksen tutkimusaineiston asiakaspalautteet ovat pääsääntöisesti kielellisesti viimeistelemättömiä: niissä on huomattavan paljon esimerkiksi lyöntivirheitä, epätäydellisiä lauserakenteita, ja tekstin koherenssi on puutteellista. Onko siis niin, että tekstin hetkellisyys luo kirjoittajalle huolettomuuden tunteen, joka aiheuttaa spontaania, nopeaa kirjoittamista ja siten myös epämuodollista tekstiä (Crystal 2001: 127)?

Internetissä käytettävää kieltä kuvaillaan usein kirjoitetun puheen kaltaiseksi (Crystal 2001: 25). Myös sähköpostitse annetussa asiakaspalautteessa kirjoitettu ja puhuttu kieli limittyvät keskenään. Asiakaspalautteiden kieli on hyvin puheen kaltaista; palautteet muodostuvat ikään kuin palautteenkirjoittajien omasta sisäisestä puheesta, jossa mukaillaan ajoittain kirjoitetun yleiskielen sääntöjä tai venytetään niitä puhekielisyyksiin. Vaikka esimerkiksi huutomerkki sinänsä kuuluu kirjoitetun kielen typografiaan, sillä voidaan kirjoitetussa tekstissä ilmaista puheen prosodiaa eli äänneiden kestoa, painoa, kuuluvuutta ja korkoa (esim. Crystal 2001: 9). Sähköpostipalautetta kirjoitettaessa ennakoidaan yleensä jo siihen saatavaa vastausta, mikä näkyy palautteenkirjoittajien kielellisissä valinnoissa, kuten kysymyslauseissa ja puhutteluissa.

Tekstilajit ja erilaiset kerronnan lajit vaikuttavat uusien tekstien kirjoittamiseen, joten tekstin kirjoittaminen on aina kontekstisidonnaista (Latvala 2005: 168). Sähköpostimuotoista asiakaspalautetta kirjoittaessaan kirjoittaja ikään kuin palaa mielessään aiempiin kirjoitustilanteisiin: hän yhdistelee ja mukailee kokemuksenvaraisesti eri tekstilajien piirteitä. Tutkimusaineistossa tämä intertekstuaalisuus näkyy sekä tekstin rakenteen että kielellisten valintojen kirjelmäisyytenä. Näitä kirjelmäisiä piirteitä ovat esimerkiksi tervehdys ja mahdollinen vastaanottajan puhuttelu (KLP 1 ja TPP 2):

(KLP 1) ***Terve,** miksi nettivarauksen aikaikkunaa on lyhennetty? Tällä hetkellä voi varauksia tehdä vain neljä päivää eteenpäin? Aikaisemmin olen tehnyt varauksia paljon pidemmän ajanjakson päähän! Nykyisellä aikarajalla varausjärjestelmä on hyödytön kun: 1) En voi sopia ystävieni kanssa ajankohtaa riittävän pitkälle tulevaisuuteen ja 2) Emme pääse valitsemissemme paikoille. Lisäksi haluaisin huomauttaa Kinolippupalvelun kiireestä lopettaa puhelut. olen sinne soittaessani jäänyt nyt jo kaksi kertaa ilman varausnumeroa, kun puhelu on katkaistu niin nopeasti. Käytännössä emme siis lähde elokuviin koska elokuvailipun osto on mennyt paikkojen arpomiseksi niin netistä kuin puhelimellakin varattaessa..*

(TPP 2) ***Hei!** olin seuralaiseni kanssa seuraamassa elokuvaa In Good Company Helsingin Tennispalatsin salissa 12.4.2005. Elokuvan alkupuolella äänentoistossa ilmeni ongelmia: äänentaso oli voimakkuudeltaan alhainen ja monikanavaääni loisti poissaololaan. Häiriö jatkui elokuvan päättymiseen saakka. Käyn Tennispalatsissa nimenomaisesti teknisen toimivuuden takia. Olikin ikävä huomata, että tällä kertaa en kokenut saaneeni rahoilleni tässä suhteessa vastinetta. Huomautin asiasta henkilökunnallekin, mutta en tiedä menikö asia eteenpäin. Toivoakseni kyseisen kaltaiset ongelmat saadaan jatkossa nimittäin korjattua näytöksen kestäessä, sillä tuollaisenaan katselukokemus häiriintyy pahasti.
yst.terv. Etunimi, Sukunimi*

Asiakaspalautteiden kirjelmäisyyteen kuuluu olennaisena osana myös niin sanottu metateksti, jolla kommentoidaan, kuvaillaan tai kehystetään kerrontaa tai kerrontatapahtumaa ja sen osallistujia. Usein palautteissa pohjustetaan tapahtumia jopa niin tarpeettoman tarkasti (KLP 3 ja TPP 4), että toisinaan tekstin sävy on hieman humoristinen (ks. luku 3.3.):

(KLP 3) *Heippa, join aamulla aamukahvia ja luin Hesaria, jolloin huomasin että teillä on tänään viiden euron päivä. Etsin lompakkoni takkini taskusta eteisestä ja löysin sieltä 7 euron arvoisen käyttämättömän sarjalipun, joka menee tänään umpeen. Soitin Kinlippupalveluun ja sieltä sanottiin kylmästi, että maksan sarjalipullani 2 euroa liikaa jos käytän sen tänään. Miksi tätä kahta euroa ei suostuta minulle hyvittämään?? Onhan sen kuitenkin maksanut.*

(TPP 4) *Tervehdys,
Minulla on kaksi Finnkinon yrityslippua (a'7.50€), jotka olivat voimassa 31.08.04 saakka. Olimme eilen poikani kanssa menossa elokuviin koska oli viimeinen mahdollinen päivä käyttää liput. Kävi kuitenkin niin ikävästi, että kun lähdimme Tuusulasta Helsinkiin elokuviin auto meni rikki emmekä päässeet elokuviin. Soitin Kinolippuun ja kysyin, voiko liput käyttää seuraavana päivänä. Siellä asiakaspalvelija lupasi, että voi. Seuraavana päivänä menimme toiveikkaana teatterille, eikä lippuja kuitenkaan hyväksytty. Ystävällisin terveisin Etunimi*

Internet palautteenantokanavana, niin kuin mikä tahansa tekstiin liittyvä konteksti, vaikuttaa luonnollisesti niin asiakaspalautteen kieliasuun kuin sen rakenteeseenkin. Internetillä on siis asiakaspalautteen antamisen välineenä oma, erityinen merkityksensä. Tekstin Internet-kontekstissa tehdyt graafis-verbaaliset valinnat intertekstuaalisine kytköksineen kertovat tilanteesta, jossa teksti on tuotettu (Tiililä 2005: 87). Graafis-verbaalisia valintoja ovat muun muassa suuraakkosin kirjoittaminen, hymiöiden käyttäminen sekä liiallinen välimerkkien viljeleminen. Monet käyttötekstit ovat myös lyhyitä, mikä viittaa tekstien puheenomaisuuteen ja arkisuuteen. Myös verkkoympäristön teksteille on ominaista lyhyys ja ytimekkyys. (Pirttikoski 1995: 78.) Niiden voidaankin tästä syystä hyvin katsoa olevan käyttötekstejä.

Kirjoitusasun graafis-verbaalisten valintojen avulla palautteenkirjoittajat aktivoivat monenlaisia merkityksiä. Nämä valinnat vaikuttavat osaltaan myös kielteisen sävyn syntymiseen. Näitä valintoja ja niiden merkityksiä ei kuitenkaan tässä tutkimuksessa tutkita tarkemmin. Tavallisesta kirjoitusasusta poikkeavista graafis-verbaalisista valinnoista esitetään kuitenkin

joitakin esimerkkejä, sillä ne ovat hyvin tyypillisiä Finnkino Oy:n kielteisissä asiakaspalautteissa. Esimerkiksi seuraavissa esimerkissä kirjoittajat puhuttelevat vastaanottajaa huutaen (KLP 5 ja TPP 6):

(KLP 5) -- *KYSYN TÄTÄ SAMAA JO TOISEN KER-
RAN!!!!!!!* --

(TPP 6) -- *MITÄ IHMETTÄ SE NAINEN LIPPUTISKILLÄ
OIKEIN AJATTELI NÄIN MEILLE SANOES-
SAAN!!!!????*

Esimerkit KLP 5 ja TPP 6 voidaan tulkita merkitykseltään huudahduksiksi jo pelkkien suuraakkos-kirjoitusasujensa vuoksi. Suuraakkosia käyttäessään kirjoittaja saattaakin painottaa sitä, että hänellä on kiireistä tai tärkeää sanottavaa (Walker 2001: 70). Suuraakkosilla kirjoittaminen tarkoittaakin Crystalin (2001: 73) mukaan usein myös huutamista. Puhetilanteeseen tekstin yhdistää myös erilaiset typografiset piirteet, kuten interjektiot ja toivotukset. Myös puheen prosodiaa voidaan esittää tekstissä (esim. Halliday 1989, Lakoff 1982, Walker 2001). Huutomerkkien runsas käyttö on esimerkki tällaisesta kirjoitetusta prosodisesta ominaisuudesta.

Asennetta ja tunnetta korostetaan liioitellulla ja umpimähkäisellä välimerkkien käytöllä (Crystal 2001: 89). Runsa välimerkkien käyttö viittaa asian painottamiseen. Asiakaspalautteiden kirjoittajat haluavat todella tulla kuulluiksi ja ymmärretyiksi (KLP 7 ja TPP 8):

(KLP 7) *miksi ette näytä lauantaina 19.3 MI-
TÄÄN???????????* --

(TPP 8) -- *Voi vittu, kun jäi harmittamaan!!!!!!!!!!*

Käsin kirjoittaessaan kirjoittajalla on aikaa muotoilla persoonallisia ja omia asenteitaan esiin tuovia lauseita ja virkkeitä. Internet-kirjoittamisesta tällaiset perinteiset käytännöt saattavat kirjoittamisen teknisen nopeuden vuoksi jäädä huomioimatta, joten viestit voivat toisinaan vaikuttaa tyyliä ja epäkohteliailta. Tällöin hymiö pehmentää kielenkäyttötilannetta. (Crystal 2001: 39.) Hymiöillä kirjoittaja voi ilmentää myös kirjoittamisesta puuttuvia nonverbaalisia käytänteitä. Tietokone mahdollistaa siis kokonaan uudenlai-

sia keinoja korostaa ja ilmaista tekstissä haluttuja merkityksiä, kuten asenteita ja mielentiloja. Voidaankin sanoa, että tietokone kirjoittamisen väli-
neenä lähentää kirjoittamistilannetta todellisen vuorovaikutustilanteen kans-
sa (KLP 9 ja TPP 10):

(KLP 9) – – *EI OIKEEN HUVITA LÄHTEÄ HELSINKIIN
ASTI KATSOMAAN ELOKUVAA ! >:O*

(TPP 10) – – *Kunnon aukioloajat ikkunoihin ja henkilökun-
nan asenteeseen ja hakuaikeihin tarpeeksi joustoa,
vaikka pikkukaupungissa ollaankin eikä Helsingis-
sä, jossa teatteri on lähes aina auki ;)*

Myös Internet tekstikontekstina mahdollistaa perinteisen, ei-sähköisen asiakaspalautteen tavoin palautteen kirjoittamisen anonyymisti. Finnkino Oy:n sähköisen palautelomakkeeseen palautteenkirjoittajan on mahdollista kirjoittaa nimensä ja sähköpostiosoitteensa. Jos kirjoittaja odottaa palauttee-
seensa vastausta, hän mitä todennäköisimmin kirjoittaa palautteen loppuun myös yhteystietonsa, jotta vastaanottajan on mahdollista ottaa häneen henki-
lökohtaisesti yhteyttä. Nimettömät (KLP 11) tai nimimerkillä kirjoittavat (TPP 12) palautteenkirjoittajat näyttävät odottavan henkilökohtaisen vasta-
uksen sijaan yritykseltä toimintaa vain yleisellä tasolla:

(KLP 11) *Hei!
Voiko Tampereen Cine Atlaksestakin varata liput
Star Wars Episodi III:n ensi-iltaan? Vai onko ainoa
tapa päästä ensi-iltaan jonottaa yön yli Plevnan
edessä? Kukaan ei osaa (tai halua) vastata, kun
soittelin Kinolippuun.*

(TPP 12) – – *Yksi kysymys: kumpi on parempi; a) halvat liput
> enemmän asiakkaita > voittoa VAI b) kalliit liput
> voittoa jonkin verran mutta vain suppea asiakas-
kunta? Jopa tyhmäkin osaa vastata tähän kysymyk-
seen.
T. Entinen kantiksenne*

Oman itsen tunnistettavaksi tekeminen ja sitä kautta pelko mahdollisesta
kielteisestä henkilöitymisestä saattaa myös olla syy kirjoittaa palautetta

anonymisti, sillä toisinaan kirjoittajat antavat palautteissaan hyvinkin tarkkoja ajan ja paikan sekä henkilöiden kuvauksia (KLP 13 ja TPP 14):

- (KLP 13) *Lauantaina 5.2.2005 soitin kotoamme Kirkkonummelta Finnkinon lipunmyyntiin (0600-007 007) ja tiedustelin lippuja itselleni ja pojalleni Perikato-elokuvaan. – –*
- (TPP 14) *Teatterinne, Tennispalatsi no 9,rivi 7, Fahrenheit 9/11, la 28.8.04/1400. Äänen toisto kuulolle vaarallisen kovaa, mm esityksen alettua ihmisiä hakeutui taaemmas. Itse tungin paperia korviin. Mainokset, etenkin Soneran erityisen kovaa. Sain perustelunne teatterissa K [henkilön nimi]. Ei riitä selitykseksi terveyden vaarantamiselle. Liian kova äänen toisto karkottanee jo katsojiakin.*

Henkilöllisyyden salaamisella näyttää kuitenkin olevan selvä yhteys asiakaspalautteiden kielellisiin valintoihin: anonymisti, palautteenantokanavasta riippumatta, itseä uskalletaan ilmaista rohkeammin, esimerkiksi kiroilemalla (esim. TPP 8).

2.3. Kohteliaisuus vuorovaikutuksen ylläpitäjänä

Onnistunut kommunikaatio luo ja vahvistaa ihmissuhteita. Jotta interaktio eli vuorovaikutus sujuisi mutkattomasti, tulee noudattaa tiettyjä kulttuurisia tapoja. Nämä konventionaalistuneet tavat, joihin myös kohteliaisuus kuuluu, vaihtelevat tilanteittain (Leech 1983: 104). Toimivassa kommunikaatiossa vuorovaikutuksen osapuolet kunnioittavat toisiaan olemalla kohteliaita. Toisinaan kommunikaatio voi kuitenkin epäonnistua: tällöin keskustelun osapuolet eivät syystä tai toisesta seuraa odotettuja kohteliaisuuskäytänteitä, jolloin heidän välinen yhteisymmärryksensä ja siten myös keskustelulle asetettujen tavoitteiden saavuttaminen vaikeutuu.

Kohteliaisuuden määrittäminen ei ole yksiselitteistä, sillä se, mitä ja millaista toimintaa milloinkin pidämme kohteliaana, vaihtelee tilanteittain. Kohteliaisuuden ja sen tilanteisen variaation ymmärtäminen on pitkälti sosiaalisesta yhteisöstä ja kulttuurista riippuvainen (esim. Iisa – Kankaanpää –

Piehl 1999: 269). *Suomen kielen perussanakirjan* (Haarala ym. 2001: 510) mukaan kohtelias henkilö on käyttäytymiseltään muita kohtaan huomaavainen ja ystävällinen. Kohtelias henkilö siis arvostaa toista ja ottaa tämän jatkuvasti huomioon vuorovaikutustilanteen rakentuuessa. Kohteliaisuus ei siis synny ainoastaan keskustelun sisällöstä, vaan myös tavasta, jolla keskustelijat rakentavat vuorovaikutusta. Siten myös epäkohteliaisuus syntyy aina paitsi keskustelun sisällöstä, myös tavasta, jolla vuorovaikutusta rakennetaan. Esimerkiksi epäsuotuisa käyttäytyminen vuorovaikutustilanteessa on selvä vihjaus epäkohteliaisuudesta. (Leech 1983: 139.)

Koska myös kirjallinen viestintä on vuorovaikutusta, kohteliaisuus on siten tärkeä osa myös kirjoitettuja vuorovaikutustilanteita. Tekstissä kohteliaisuus ilmenee esimerkiksi siten, että kirjoittaja osoittaa kielellisillä valinnoillaan hyväksyvänsä vastaanottajan ja kunnioittavansa tätä, jolloin kirjoittajan ja vastaanottajan välinen vuoropuhelu on myötämielistä.

Kielellisiä vuorovaikutustilanteita ohjailevat niiden osapuolten tavoitteet, joiden motiiveina voivat olla esimerkiksi erilaiset tunteet tai sosiaaliset valtapyrkimykset (Varis 1998: 36). Kasvojen säilyttäminen on vuorovaikutustilanteen keskeinen tavoite, mistä tahansa pyrkimyksistä huolimatta. On kohteliasta olla loukkaamatta keskustelukumppania ja pyrkiä siihen, että molemmat keskustelun osapuolet säilyttävät kasvonsa. Kasvojen käsitteen toi kielitieteeseen Erving Goffman (1971: 10). Kasvoilla hän tarkoittaa yksilön tarvetta ylläpitää myönteistä julkista kuvaa sosiaalisissa kontakteissa. Vuorovaikutustilanteen osapuolten kasvojen suojeleminen onnistuu Goffmanin mukaan kielellisten strategioiden avulla. Kasvojen suojelulla pyritään takaamaan keskustelun ristiriidaton eteneminen.

Pirkko Muikku-Wernerin (1993: 44–45) mukaan vuorovaikutustilanteen toimintatavat ovat yleensä konventionaalistuneet varsin sosiaalisiksi, mikä takaa vuorovaikutukseen osallistuvien kasvojen säilymisen. Kasvoja on suojeltava, sillä jos ne menetetään, yksilön julkinen minäkuva ja myönteinen minäkäsitys kärsivät, jolloin vuorovaikutustilanteen kokeminen muuttuu helposti kielteiseksi. Kasvojen säilymiseksi on tärkeää, ettei keskustelun osapuolista ketään esimerkiksi syyllistetä tai aseteta kiusalliseen tilanteeseen.

seen. Koko vuorovaikutuksen ja siinä vallitsevan osapuolten välisen yhteisymmärryksen perusedellytys on, että osapuolet tunnustavat kasvojen säilyttämisen tärkeyden (Muikku-Werner 1993: 44–45). Vuorovaikutustilanteessa on siten myös tärkeä tiedostaa, että uhka kasvojen menetyksestä on alati läsnä ja että niiden niiden menetys saattaa olla kohtalokasta vuorovaikutustilanteen myönteisen kehityksen ja edelleen sen päämäärän saavuttamisen kannalta.

Penelope Brown ja Stephen C. Levinson (2000: 68–71) ovat tarkastelleet strategioita, joilla kasvojen säilyttäminen turvataan niitä uhkaavissa tilanteissa. Brownin ja Levinsonin mukaan kasvoja uhkaavat erityisesti sellaiset tilanteet, joissa vuorovaikutustilanteen osapuolet eivät tunne toisiaan, tilanteet, joissa toisella on jonkinlaista valtaa suhteessa toiseen ja tilanteet, joissa vastaanottajaa pyritään ohjailemaan esimerkiksi käskyillä tai kielloilla.

Brownin ja Levinsonin (2000: 61–62) mukaan kasvoilla on kaksi ulottuvuutta: sosiaalinen ja yksityinen. Sosiaaliset kasvot sisältävät minäkuvan myönteisen puolen ja yksityiset kasvot minäkuvan kielteisen puolen. Sosiaalisten kasvojen suojelemiseksi yksilö pyrkii tulemaan vuorovaikutustilanteessa hyväksytyksi sekä tekemään tavoitteistaan ja mielipiteistään hyväksytyjä. Yksityisten kasvojen suojelemiseksi yksilö puolestaan pyrkii toimimaan rajoituksitta oman mielensä mukaan siten, että hänen yksityisyytensä ja itsemääräämisoikeutensa säilyvät. Kun kohteliaisuutta kielennetään kasvoja uhkaavissa tilanteissa, nämä molemmat minäkuvan puolet on otettava huomioon. Brown ja Levinson puhuvat niin sanotuista myönteisestä lähi-kohteliaisuudesta ja kielteisestä etäkohteliaisuudesta, joiden välillä yksilöiden on tasapainoitava paitsi toisten hyväksynnän saavuttamiseksi, myös itsemääräämisoikeutensa säilyttämiseksi.

Todellisuudessa kohteliaisuus ei kuitenkaan ole selvärajaisesti jompaa-kumpaa edellä esiteltyä kohteliaisuuden ulottuvuutta edustava ilmiö. Lähi-kohteliaisuus perustuu siihen, että erilaisten kielellisten keinojen avulla osapuolet viestivät hyväksyntää ja yhteenkuuluvuutta toistensa kanssa: kohteliaisuuteen vastataan oletettavasti kohteliaisuudella. Etäkohteliaisuus vuorovaikutustilanteessa puolestaan perustuu osapuolten väliseen välttelyyn, jol-

loin halutaan välttää kielteisiä kokemuksia ja puuttumista toisen toimintaan. Kyse on erityisesti toisilleen vieraiden osapuolten välisestä kunnioituksesta. Etäkohtelias ilmaus on kielellisesti kohtelias, mutta asiasisällöltään kielteinen, esim. *Olen pahoillani, että jouduin vaivaamaan sinua.* (Brown – Levinson 2000: 61–62, 142.)

Vuorovaikutustilanteessa kohteliaisuuskäytänteiden rikkominen on aina kasvoja uhkaavaa, **impositiivista** toimintaa. Impositiivisessa keskustelussa vuorovaikutuksen osapuolet rajoittavat toistensa toimintavapautta jollakin tavoin, esimerkiksi määräyksin tai jättämällä toistensa tarpeet huomiotta (Muikku-Werner 1993:13). Imperatiivinen ilmaus on impositiivisuuden selvän ilmenemismuoto, sillä se vaarantaa selvimmin toisen halun totella ja mahdollistaa siten konfliktitilanteen syntymisen (Leech 1983: 119).

Oikeudet ja velvollisuudet määrittelevät vuorovaikutustilanteen osapuolten välisen suhteen (Leech 1983: 126). Asiakaspalauteteksti, kuten mikä tahansa teksti, on sen kirjoittajan ja vastaanottajan välistä vuorovaikutusta. Koska tämän tutkimuksen aineisto muodostuu ainoastaan kielteisistä asiakaspalautteista, kasvojen uhkaaminen on aina jollakin tapaa läsnä jokaisen palautteen kontekstissa. Jo pelkkä kielteisen palautteen kirjoittaminen uhkaa palautteen vastaanottajan kasvoja ja mahdollistaa siten konfliktin syntymisen palautteen kirjoittajan ja vastaanottajan välille.

Palautteen kirjoittaja on palautteen vastaanottajaa ylempänä heidän välisessään hierarkkisessa valta-asetelmassa: Tällaisessa epäsynkronisessa vuorovaikutustilanteessa palautteen vastaanottaja ei pysty uhkaamaan kirjoittajan kasvoja. Asiakaspalautteen kaltaisessa vuorovaikutustilanteessa palautteenkirjoittajalla on siis kaikki valta tehdä erilaisia kielellisiä tekoja. Kasvojen uhkaaminen kohdistuu ensisijaisesti vastaanottajaan, mutta toissijaisesti, epäsuorasti kerronnan tasolla, myös palautteissa esiintyviin asiakaspalveluhenkilöihin. Asiakaspalautteen vastaanottajan ja asiakaspalveluhenkilöiden lisäksi palautteenkirjoittaja uhkaa myös näiden edustaman tahon eli Finnino Oy:n kasvoja. Jos asiakaspalautteen kirjoittaja korostaa valta-asemaansa käyttämällä määräilevää ja jopa alistavaa kieltä, on todennäköistä, että tämä loukkaa vastaanottajaa ja uhkaa siten tämän kasvoja.

Kommunikaatiotilanne ja siihen osallistuvien keskinäiset suhteet vaikuttavat kielenkäytössä sopivimman ilmauksen valintaan. Ihmisten välisissä suhteissa on aina kyse asenteista ja tunteista, jotka vaikuttavat vuorovaikutuksen laatuun. (Muikku-Werner 1993: 41, 104.) Tässä tutkimuksessa tarkastellaan, millaisin eri kielellisin valinnoin asiakaspalautteiden kirjoittajat rikkovat odotettuja kohteliaisuuskäytänteitä ja siten toimivat impositiivisesti.

3. VUOROVAIKUTUKSEN JA KOHTELIAISUUDEN PERUSPERIAATTEITA

Vuorovaikutustilanteen perustana on usko toisen vilpittömään haluun toimia odotettujen ja totuttujen vuorovaikutus- ja kohteliaisuuskäytänteiden mukaan, jotta keskustelun tavoitteet saavutetaan. Keskustelun tavoitteet voivat olla sekä sosiaalisia että henkilökohtaisia (Leech 1983: 94). Sosiaaliset tavoitteet liittyvät keskustelun ja vuorovaikutuksen ylläpitämiseen, ja henkilökohtaiset tavoitteet liittyvät yksilöiden haluun saavuttaa jotakin vuorovaikutustilanteessa.

Vuorovaikutus on jatkuvaa kielellisten valintojen tekemistä. Onnistuneiden kielellisten valintojen tekeminen vaatii paitsi herkkyyttä tunnistaa vuorovaikutustilanteessa tapahtuvia muutoksia ja kykyä mukautua tilanteeseen, myös kykyä tehdä jatkuvasti uusia strategisia valintoja vuorovaikutustilanteen muutosten mukaan. Vuorovaikutustilanteen osapuolten on siten alinomaan tehtävä valintoja erilaisista tilanteesta tarjolla olevista strategisista mahdollisuuksista, jotka voivat joko ylläpitää tai heikentää osapuolten välistä vuorovaikutusta. Jotta vuorovaikutus olisi onnistunutta ja johtaisi haluttuun päämäärään, onnistuneiden kielellisten valintojen tekeminen on ensiarvoisen tärkeää. Jos vuorovaikutustilanteen osapuolet epäonnistuvat näitä valintoja tehdessään, vuorovaikutustilanteen kokeminen saattaa muuttua kielteiseksi.

3.1. J. L. Austinin ja John R. Searlen puheaktiteoria

Kielellä ilmaisemme itseämme: saatamme ajatuksiamme ja toiveitamme toisten ihmisten tietoon. Se, mitä milloinkin sanomme, vaikuttaa joko suoraan tai epäsuorasti muiden ihmisten tunteisiin, ajatuksiin ja tekoihin. Kielen avulla voimme siis itsemme ilmaisemisen lisäksi myös vaikuttaa muihin ihmisiin. Siten myös sillä, miten ilmaisemme itseämme ja vaikutamme toisiin ihmisiin, on suuresti merkitystä onnistuneen vuorovaikutuksen kannalta.

Puhuttua kieltä voidaan tutkia muun muassa puheaktien avulla. **Puheaktilla** tarkoitetaan tietyssä tilanteessa tuotettua puheen jaksoa, jonka sekä puhuja että kuulija voivat ymmärtää samalla tavalla. Puheaktiteorian keskeiset ajatukset perustuvat kielifilosofi J. L. Austinin vuonna 1962 ilmestyneeseen teokseen *How to do things with words*. Austinin (1975 [1962]: 1, 94) puheaktiteorian tärkein kieltä koskeva oivallus on, että kielellä on myös muunkinlaisia tehtäviä kuin vain viitata ulkomaailmaan ja sen tarkoitteisiin. Kielellä voidaan tehdä paljon muutakin kuin esittää ainoastaan tosia tai epätosia väitteitä maailman asiantiloista. Kieli on Austinin mukaan toimintaa: kun puhuja sanoo jotakin, hän suorittaa jonkin teon. Näitä puhujien kielellisiä tekoja Austin kutsuu puheakteiksi.

Austinin (1975 [1962]: 101–108) mukaan puheteko, puheakti, muodostuu kolmesta elementistä, eli se toteuttaa kolmenlaista kielellistä toimintaa. **Lo-kutiivisessa** aktissa puhuja sanoo kuulijalle jotakin merkityksellistä eli ilmaisee lauseen propositionaalisen merkityssisällön. **Illokutiivisessa** aktissa puhuja tekee sanoessaan jotakin, esimerkiksi käskää, eli viestittää puheaktin. Kyse on merkityksen ilmaisemisen tavasta. **Perlokutiivisessa** aktissa puhuja taas vaikuttaa sanomisellaan jollakin tavalla kuulijaan, esimerkiksi tämän tunteisiin.

Varsinaista puheaktiteoriaa on edelleen kehittänyt John R. Searle (1985: 1–3), jonka mukaan puheakti on lingvistisen kommunikaation pienin yksikkö. Searle korostaa erityisesti sitä, että lausumia tuottaessamme tuotamme samalla erilaisia tekoja, kuten kysymyksiä tai käskyjä. Lausuman laadun paljastaa performatiivinen¹⁰ verbi, joka voi edeltää varsinaista puheaktia.

Sekä Austin että Searle jaottelevat puheaktit ryhmiin niiden performatiiviverbin saaman illokutiivisen sävyn mukaan. Tässä tutkimuksessa tarkastelun kohteena ovat juuri nämä puheaktien saamat illokutiiviset sävyt. Illokutiivinen sävy ja retorinen sävy muodostavat yhdessä ilmauksen pragmaattisen sävyn (Leech 1983: 17). Austin käyttää puheaktijaottelunsa perusteena

¹⁰ Performatiivin käsite pohjautuu jo Austinin ajatuksiin. Performatiivi-sana on johdos englannin kielen sanasta 'perform' eli 'suorittaa', 'tehdä' (Austin 1975 [1962]: 6). Performatiiviverbit ovat esimerkiksi verbit *luvata*, *myöntää* ja *kysyä*.

performatiivista verbiä ja nimittää puheaktiryhmiään verdiktiiveiksi, ekser-sitiiveiksi, komissiiveiksi, behabitiiveiksi ja ekspositiiveiksi. Verdiktiivit ilmaisevat asioiden arvottamista ja luonnehtimista (*suositaa*). Eksersitiivit taas heijastavat puheessa käytettävää vaikutusvaltaa (*määrätä*). Komissiivit puolestaan ilmaisevat puhujan sitoutumisastetta sanomaansa (*luvata*). Behabitiivit kuvaavat sosiaalista käyttäytymistä (*pyytää anteeksi*) ja ekspositiivit kielellistä käyttäytymistä (*sanoa*). (Austin 1975 [1962]: 151–164.)

Searle (1979: 1–2; 1988 [1969]: 54, 57–64) ei pidä performatiiviverbejä riittävänä puheaktien erotteluperusteena. Hänen mukaansa illokutiiviset ver-bit ja aktit on erotettava toisistaan, koska toisilla verbeillä saattaa olla use-ampi kuin yksi illokutiivinen tarkoitus. Searlen analyysin ja puheaktien luo-kitteluperusteena on neljänlaisia ehtoja, joiden on täytyttävä kunkin tyyppi-sen puheaktin onnistumiseksi. Valmistavat ehdot takaavat, että puhujalla on oikeus ja valta sanoa ilmaus. Vilpittömyysehdot takaavat, että puhuja sitou-tuu sanomaansa. Vilpittömyysehdot estävät siis puhujaa käyttämästä sano-jaan väärin. Välttämättömyysehdot takaavat, että ilmausta käytetään oikein. Ne kuvaavat siten illokuutiota. Propositionaaliset ehdot takaavat, että kuuli-jan tulkinta voi erota puhujan tarkoituksesta, mikä ei välttämättä kuitenkaan tarkoita sitä, että sanoma olisi epäonnistunut.

Searle (1979: 12–20) nimittää onnistuneisuusehtojen perusteella luokitte-lemiaan puheaktiryhmiään assertiiveiksi, direktiiveiksi, komissiiveiksi, eks-pressiiveiksi ja deklaraatiiveiksi. Assertiiveilla puhuja sitoutuu sanomansa totuusarvoon (*vakuuttaa*). Direktiiveillä puhuja yrittää saada kuulijan teke-mään jotakin (*pyytää*). Komissiiveilla puhuja sitoutuu tekemään jotakin (*lu-vata*). Ekspressiivit ilmaisevat puhujan psykologista suhtautumista asiaan (*pahoitella*). Deklaratiivit kuvaavat sitä, että puhujan sanoma luo uuden asiantilan (*kastaa*).

Erityisesti illokutiivisen sävyn olemassaolon oivaltamisella on ollut rat-kaiseva merkitys keskustelujen tutkimiseen, sillä sen avulla voidaan kuvata semanttisen ja pragmaattisen merkityksen eroja. Illokuutio eli kielellisten tekojen sävy tai voima on erillään ilmauksen kielellisestä merkityksestä. Propositionaalisen sisällön ja illokutiivisen sävyn erottaminen on johtanut

puheaktiteorian keskeisimpään jaotteluun eli suorien ja epäsuorien puheaktien erottamiseen toisistaan. Suoria ja epäsuoria strategioita on kuitenkin toisinaan mahdoton erottaa tulkinnaltaan toisistaan, koska ei voida varmuudella tietää, sanooko puhuja todella sitä, mitä tarkoittaa, vai tarkoittaako hän jotakin muutakin kuin mitä hän sanoo. (Muikku-Werner 1993: 57, 66.)

John I. Saeed (2000: 204–206) puhuu puheakteja leimaavista, niille tyypillisistä piirteistä: vuorovaikutteisuudesta ja kontekstiriippuvuudesta. Puheaktien interaktiivinen luonne sisältää ajatuksen siitä, että erilaisissa viestintäfunctioissa on kyse puhujan ja kuulijan välisestä yhteistoiminnasta. Kaikki puheaktit eivät kuitenkaan edellytä vastauksia, esimerkiksi kysymys ei vaadi vastausta ollakseen kysymys. Puheaktien kontekstisidonnainen luonne on kahtalainen. Ensinnäkin monet puheaktit ovat riippuvaisia sosiaalisista konventioista. Toiseksi puheaktit ovat sidoksissa niin sanottuun paikalliseen kontekstiin: sama ilmaus saattaa merkitä eri asiaa eri tilanteissa. Nämä puheakteille tyypilliset piirteet korostavat sitä, että puheakteista puhuttaessa tarkastelun kohteena on lingvistisen ja sosiaalisen käyttäytymisen liittouma.

Erilaiset lausumat saavat puhujan tarkoituksen mukaisen illokutiivisen sävyn, josta lausuman tehtävä on tunnistettavissa. Näitä sävyjä on hyvin suuri määrä, mutta ne voidaan karkeasti jakaa väitteisiin, käskyihin, varoituksiin ja lupauksiin. Nämä sävyt toteutuvat tekstin modaalisissa lausetyypeissä erilaisina puhefunktioina, jotka voidaan edelleen jakaa toteamuksiin, käskyihin, kysymyksiin ja huudahduksiin. Edellisten lisäksi tekstistä voidaan erottaa niin sanottuja fraasi-ilmauksia, kuten *kiitos* ja *hyvää syksyn jatkoa*, sekä institutionaalisia performatiiveja, kuten *tuomita*, *julistaa* ja *kastaa*. Jokaisella puhefunktiolla on niin sanottu suosikkilauseyyppinsä, jona sen voidaan perustapauksena odottaa toteutuvan. Esimerkiksi toteamukset ovat perustapauksissa väitelauseita, kysymykset kysymyslauseita, käskyt käskylauseita ja huudahdukset huudahduslauseita. Kuitenkin kaikkia edellä mainittuja tyyppisiä voidaan käyttää toissijaisesti myös muissa puhefunktioissa eri tarkoituksissa, kuten väitelausetta kysymyksenä. (Hakulinen – Karlsson 1979: 50, 260–261.) Esimerkiksi kohteliaassa pyynnössä on yleistä

esittää tiedusteleva kysymys toisen kyvystä tai halusta suorittaa jokin teko (Leech 1983: 97).

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan asiakaspalautteissa esiintyviä modaalisia lausetyyppejä ja niiden saamia illokutiivisia sävyjä sekä palautteiden fraasi-ilmauksia. Tarkastelun avulla kuvataan, millaisin erilaisin kielellisin teoin asiakaspalautteiden kirjoittajat kielentävät kielteisen sanottavansa, ja millaisin illokutiivisin sävyin he siten esittävät asiansa palautteen vastaanottajalle.

3.2. M. A. K. Hallidayn systeemis-funktionaalinen kielioppi

Kieli on systeemi, jossa merkitykset saavat muotonsa. Kun ihminen puhuu itseään ympäröivästä maailmasta, hän puhuu siitä omien havaintojensa ja kokemustensa pohjalta. Kriittinen lingvistiikka ja sen osa kriittinen diskursiintutkimus pitävät tärkeänä kielen ja ideologian suhdetta tekstien analysoimisessa ja tulkitsemisessa: kielivalinnat nähdään ideologisesti latautuneina, jolloin ideologisuus on kielellisen merkityksen keskeinen osa (Heikkinen 1999: 87–89). Se, miten ihminen puhuu subjektiivisesti tiedostamastaan ja kokemastaan maailmasta, riippuu hänen kielellisestä kompetenssistaan valita itseä ympäröivistä asioista kertovia ilmaisuja eli kyvystään tehdä kielellisiä tekoja.

Kriittisen lingvistiikan näkemys kielestä perustuu pitkälti englantilaisen M. A. K. Hallidayn kehittämään systeemikielioppiin, joka tunnetaan nykyisin systeemis-funktionaalisen kielioppina¹¹ (Hakulinen – Karlsson 1979: 34). Systeemis-funktionaalisen kielenkuvauksen mukaan ihminen on sosiaalisen yhteisön toimija, jolle kieli on yksi sosiaalisen toiminnan muoto. Kieli on siten paitsi sosiaalinen, myös yhteisöllinen voimavara. SF-kieliopin avulla tekstejä kuvataan kontekstisidonnaisina kielen ilmentyminä. (Luukka 2002: 89–90.) SF-kielioppi yhdistää kielen sisällön ja muodon siten, että

¹¹ Hallidayn kielioppi pohjautuu Prahan strukturalistisen koulukunnan sekä englantilaisen J. R. Firthin lingvistiseen ajatteluun.

niitä ei voi erottaa toisistaan. Myös tässä tutkimuksessa sisällön ja muodon kiinteä yhteys on huomioitava: asiakaspalautteiden rakennetta ja kielellisiä valintoja tarkasteltaessa ei voida unohtaa palautteiden kielteistä kontekstia. Kielteinen konteksti ohjaa siten myös tässä tutkimuksessa tutkijoiden tulkin-
taa.

Systemis-funktionaalisessa kielenkuvauksessa kuvataan kaikkia kielen eri tasoja. SF-kielenkuvaukseen sisältyykin ajatus kielen monifunktioisuu-
desta. SF-kielioppi muodostuu kolmesta päällekkäisestä systeemistä, jotka ovat transititiivisuus-, modaalisuus- ja temaattinen systeemi (Halliday & Hasan 1976: 311). Nämä kolme systeemiä pitävät sisällään tasoja, jotka edustavat Hallidayn mukaan kielenkäytön perusfunktioita. **Transitiivisuus-**
systeemi kuvaa tekemisen tyyppjä, kuten toimintaa, tapahtumaa tai olemis-
ta, ja niihin osallistuvien nominaalisten lausekkeiden semanttisia rooleja,
kuten tekijää, kohdetta, alkuunpanijaa ja attribuution kohdetta. **Modaali-**
suussysteemissä puhuja valitsee lauseenjäsenet sekä lausetyypin (kuten
kysymyksen tai käskyn), jotka osoittavat transititiivisuussysteemin määrää-
mät semanttiset kategoriat. **Temaattisessa systeemissä** tarkasteltavia kate-
gorioita ovat teema ja reema. (Hakulinen – Karlsson 1979: 34–35.)

SF-kieliopin transititiivisuussysteemi kuvaa kielen ideationaalista, kielen
ulkoisesta maailmasta kertovaa funktiota: esimerkiksi se, miten nimeämme
ja luokittelemme prosesseihin osallistujia, paljastaa ideologiamme ja arvot-
tavat asenteemme. Ideationaalinen kielen taso korostaa viestijän roolia har-
vainnoitsijana. Modaalisuussysteemi viittaa kielen interpersoonaisuuteen eli
vuorovaikutuksellisuuteen: kieli luo ja ylläpitää vuorovaikutusta. Interper-
soonainen kielen taso korostaa viestijän roolia aktiivisena osallistujana. Te-
maattinen systeemi tarkoittaa kielen tekstuaalista funktiota eli sitä, miten
hahmotamme prosessin ja sen osallistujat. Tuottaessaan puhetta kielenkäyt-
täjä tekee valintoja niin ideationaalisen, interpersonaalisen kuin tekstuaali-
sen metafunktion tasoilla. Ideationaalisen ja interpersonaalisen tason merki-
tykset yhdistetään temaattisessa tasossa tekstiksi. Lause on samanaikaisesti
kuvaus kokemuksesta, vuorovaikutuksellista toimintaa ja merkityksellinen
viesti. (Halliday 1985: 53; Halliday & Hasan 1976: 27; Halliday 1978: 112–

113.) Kun kielenkäyttäjät kertoo kokemuksistaan, hän on tällöin vuorovaikutuksessa toisten kielenkäyttäjien kanssa, jolloin kokemuksesta kertominen merkityksellistyy. Tapa, jolla olemme joko viestijänä tai viestin vastaanottajana läsnä vuorovaikutustilanteessa, vaikuttaa siihen, miten merkitys välittyy ja ymmärretään.

SF-teorian keskeinen käsite on leksikaalinen eli kielellinen valinta, jota voidaan tarkastella Hallidayn kaikilla kolmella kielen tasolla: leksikaalisiin valintoihin kytkeytyy ja piiloutuu ideologisia arvoja. Tässä tutkimuksessa tarkastellaan asiakaspalautteiden kirjoittajien kielellisiä valintoja, joilla he kielentävät subjektiivisesti ja kielteisesti kokemiaan asiakaspalvelutilanteita. Tasojen tarkastelu rajoittuu tässä tutkimuksessa kielen interpersoonaiseen ja ideationaaliseen tasoon.

Kielen interpersoonaiseen tasoon kuuluvat modaaliset lausetyypit ovat tässä tutkimuksessa tarkastelun kohteena, koska ne luovat ja ylläpitävät viestijöiden välistä vuorovaikutusta. Se, millaisia modaalisia lausetyyppejä asiakaspalautteen kirjoittajat käyttävät, paljastaa heidän tapansa osallistua vuorovaikutukseen. Tutkimuksessa selvitetään siis, millaisin eri modaalisin lausetyypein vuorovaikutusta ylläpidetään asiakaspalautteissa, ja miten eri lausetyypit vaikuttavat asiakaspalautteiden kielteiseen sävyyn.

Kielen ideationaalisella tasolla tarkastellaan asiakaspalautteissa esiintyvien nominaalisten lausekkeiden tekijöiden eli asiakaspalveluhenkilöiden nimeämistä. Se, miten asiakaspalautteiden kirjoittajat nimeävät asiakaspalvelijoita, paljastaa heidän asenteensa ja suhtautumisensa näihin. Jos palautteenkirjoittajien asenne ja suhtautuminen asiakaspalvelijoihin on kielteinen, tämä asennoituminen näkyy heidän kielellisissä valinnoissaan. Tässä tutkimuksessa selvitetäänkin, ovatko nimeämisilmaukset sävyiltään kielteisesti värittyneitä, ja miten ne vaikuttavat asiakaspalautteiden kielteisyyteen.

3.3. H. P. Gricen keskustelun periaatteet

Interaktiossa eli kahden tai useamman ihmisen välisessä vuorovaikutuksessa on keskeistä sen osapuolten välinen yhteisymmärrys. Yhteisymmärryksen ylläpitämiseksi ja tavoiteltavan päämäärän saavuttamiseksi on olennaista, että vuorovaikutuksen osapuolet vaikuttavat omilla puheenvuoroillaan myönteisesti keskustelun etenemiseen ja että tämä yhteistyö säilyy koko keskustelun ajan. Jotta keskustelu sujuisi vaivatta, tulee kielenkäyttäjien noudattaa tiettyjä kulttuurisidonnaisia tapoja.

Amerikkalainen kielentutkija H. P. Grice (1975 [1968]: 47) on esittänyt keskustelun maksimien eli keskustelun periaatteiden teorian, jonka mukaan keskustelu rakentuu juuri sen osapuolten väliselle yhteistyölle. Grice loi periaatteet sellaisia tilanteita varten, joissa kielen tehtävä on palvella ja hyödyttää vuorovaikutuksen osapuolia ja joissa maksimaalinen tiedonsiirto on tarpeen. Keskustelu perustuu siis yhteistoiminnan periaatteelle, jossa pyritään vilpittömään keskinäiseen vuorovaikutukseen: keskustelijat olettavat toistensa noudattavan tiettyjä, julkilausumattomia sopivuussääntöjä yhteisen tavoitteensa saavuttamiseksi. Näitä luontaisesti omaksuttuja ja kulttuurisidonnaisia sopivuussääntöjä Grice nimittää keskustelun maksimeiksi.

Grice (1975 [1968]: 47) on luokitellut keskustelun tavoitteet neljäksi periaatteeksi, joita hän nimittää kvantiteetin, kvaliteetin, relaation ja tavan maksimeiksi. **Kvantiteetin maksimia** eli määrän periaatetta noudatettaessa vuorovaikutustilanteen osapuolten odotetaan tekevän puheenvuoroistaan mahdollisimman informatiivisia: puheenvuorojen ei tule siten olla liian laajoja, mutta ei toisaalta myöskään liian suppeita. Puheenvuorossa on siis oltava vastaanottajan kannalta tarpeellinen määrä tietoa, jotta viesti on ymmärrettävissä. **Kvaliteetin maksimi** eli laadun periaate tarkoittaa puheen totuudenmukaisuutta. Puhujan tulee esittää asiansa siten, että se on totta. Annetun tiedon on siten oltava laadullisesti kelpollista.

Relaation maksimi eli olennaisuuden periaate neuvoo puhujaa pysymään asiassa ja esittämään asiasta olennaisimman, relevanteimmman. Annettava tieto määräytyy vastaanottajan tarpeiden mukaisesti. Relevanssiteoria (esim. Cruse 2000: 357) on kritisoinut relaation eli relevanssin maksimia

sen epäselvyydestä: mitä oikeastaan tarkoitetaan relevanttiudella, kun se on kontekstista riippuvainen, abstrakti ilmiö? Sanoman relevanttius ratkaistaankin juuri kontekstuaalisen informaation avulla, ja peruslähtökohta on, että ihmisten ei oleteta sanovan epärelevantteja asioita (Muikku-Werner 1993: 77, 80). **Tavan maksiiimi** tarkoittaa sitä, että puhujan tulee pyrkiä esittämään asiansa mahdollisimman selvästi ja välttämään monitulkintaisuuden mahdollisuutta. Tavan maksiiimin noudattaminen edellyttää annettavan tiedon esittämistä vastaanottajan roolin edellyttämällä tavalla. (Grice 1975 [1968]: 47.) Tavan maksiiimin noudattaminen edellyttää tekstin ja siihen sisältyvän viestin selkeyttä. Tekstin selkeys muodostuu kielen rakenteiden, kuten syntaksin ja fonologian, yksiselitteisestä käytöstä. Viestin selkeys muodostuu juuri tästä puhujan tarkasta ja yksiselitteisestä tavasta välittää haluamansa illokutiivinen sävy vastaanottajalle. (Leech 1983: 100.)

Grice (1957: 386–387; 1975 [1968]: 44–45) erottelee lausemerkityksen, lausumamerkityksen ja puhujan merkityksen. Lausemerkitys tarkoittaa kirjaimellista merkitystä, lausumamerkitys vaikuttaa siihen, miten ilmaus yhdistyy johonkin tiettyyn kontekstiin, ja puhujan merkityksen avulla kuulija yritetään saada tunnistamaan puhujan tarkoitus. Jos puhujan tarkoittama tulkinta jää kuulijalta ymmärtämättä, voidaan tulkinnan epäonnistumisen syytä selvittää Gricen konversationaalisen implikaatturin käsitteen avulla. Implikaattorit ovat yhteistyöperiaatteen ja erilaisten maksiiimien noudattamisen tai noudattamattomuuden perusteella tehtäviä päätelmiä ja oletuksia puhujan tarkoittamasta tulkinnasta. Jos puhuja ei toimi keskustelussa yhteistyöperiaatteen ja maksiiimien mukaisesti, kuulija joutuu pääättelemään puhujan intention kulloisessakin tilanteessa.

Gricen maksiiimit limittyvät yleensä toisiinsa, ja niille kaikille on yhteistä sanoman vastaanottajan huomioiminen eli puheen tai kirjoituksen mukauttaminen tilanteeseen ja tarkoitukseen sopivaksi. Maksiiimien noudattaminen ei kuitenkaan ole välttämätöntä, vaan niiden noudattamiseen liittyy aina puhujan tai kirjoittajan henkilökohtainen harkinta (Muikku-Werner 1993: 72). Maksiiimeista poiketaankin usein erinäisistä syistä. Puhuja tai kirjoittaja voi esimerkiksi rikkoa maksiiimia 1) salaa pettämistarkoituksessa, 2) eks-

plisiittisesti tai implisiittisesti sanoutumalla irti maksiiimien noudattamisesta (esim. *en kommentoi*) tai 3) jättämällä noudattamatta maksiiimia, jos se on ristiriidassa jonkun toisen maksiiimin kanssa. (Grice 1975 [1968]: 49.) Keskustelun maksiiimien noudattamista ohjailee puhujan vapaus tehdä valinta: hän voi joko noudattaa maksiiimeja tai jättää noudattamatta niitä. Keskustelun onnistumisen ja tilanteen molempien osapuolten tavoitteiden saavuttamiseksi maksiiimien noudattaminen on kuitenkin kaikin puolin kannattavaa.

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan sitä, miten asiakaspalautteiden kirjoittajat rikkovat Gricen keskustelun maksiiimeja eli jättävät noudattamatta vuorovaikutustilanteessa odotettuja yhteistyökäytänteitä. Gricen maksiiimit perustuvat siihen, että jos puhuja esittää kuulijan mielestä sopimattoman tai epätoden puheenvuoron, hän pyrkii esittämään jotakin muuta kuin mitä hän konventionaalisesti ajateltuna esittää (Hakulinen – Karlsson 1979: 294). On kuitenkin huomionarvoista, että Gricen maksiiimien tarkastelu on ajoittain ongelmallista tekstintutkimuksessa. Tekstintutkijoilla, kuten siis myös tämän tutkimuksen tekijöillä, on mahdollisuus tarkastella yhteistyön periaatteiden toteutumista – tai pikemminkin niiden rikkomista – ainoastaan kirjoitetuista teksteistä käsin. Tutkijoilla ei ole tietoa asiakaspalautteiden kirjoittajien motiiveista ja tarkoituksista eikä myöskään heidän kielellisestä kompetenssistaan tehdä kielellisiä valintoja.

Tarkasteltaessa keskustelun maksiiimien rikkomista asiakaspalautteissa ollaan siis ainoastaan tutkijoiden tulkinnan ja asiakaspalautetekstien sekä niiden kontekstin varassa. On siis mahdotonta absoluuttisesti sanoa, mitkä ovat palautteenkirjoittajien palautteen antamisen ja ilmaisun muotoilun motiivit. On esimerkiksi mahdotonta varmuudella tietää, antavatko kirjoittajat palautetta tavoitellakseen henkilökohtaista vai yleistä, yhteistä hyötyä. On myös mahdotonta tietää, valehtelevatko tai liioittelevatko kirjoittajat kertoessaan kokemuksistaan, tai pyrkivätkö he todellisuudessa totuudellisuuteen, informatiivisuuteen, relevanssiin ja selkeyteen. Tekstiin kirjoittuvat näkökulmat ovat palautteenkirjoittajien subjektiivisia kokemuksia ja näkemyksiä asiakaspalvelutilanteista, joiden totuudenmukaisuutta ei pystytä aukottomasti osoittamaan.

3.4. Geoffrey N. Leechin kohteliaisuusperiaatteet ja metalingvistiset aspektit

Kohteliaisuus on tärkeää vuorovaikutustilanteessa. Kohteliaisuuden rooli onkin jo pitkään kiinnostanut niin sosiologeja kuin keskusteluntutkijoitakin (Saeed 2000: 219). Kohteliaisuus edistää vuorovaikutustilanteen suotuisaa kehittymistä, jotta keskustelun tavoitteet on mahdollista saavuttaa. Kun keskustelun osapuolet ovat toisilleen kohteliaita eli noudattavat odotettuja kohteliaisuuskäytänteitä, vuorovaikutus etenee vaivatta, ja vuorovaikutustilanne on kaikkien siihen osallistuvien kannalta miellyttävä kokemus. Kohteliaisuus on siis tavoitteellista toimintaa, jonka lähtökohtana on toisen huomioon ottaminen.

Saeedin (2000: 219–220) mukaan kohteliaisuus tarjoaa keinon vähentää vuorovaikutustilannetta mahdollisesti uhkaavia tekijöitä, joihin kuuluvat muun muassa kielenkäyttäjien väliset verbaaliset kanssakäymiset. Kohteliaat ja tahdikkaat keskustelijat etsivät vuorovaikutustilanteessa erilaisia strategioita vähentääkseen vuorovaikutustilanteen uhkaavuutta. Mahdollisuuksien mukaan keskustelijoiden on siis vähennettävä kaikkea toiseen kohdistuvaa kielteistä vaikutusta, ja yhteistyössä on pyrittävä kaikin keinon välttämään ristiriitoja ja konflikteja. Vaikka kohteliaisuuteen liittyvät strategiat ovat varsin yleispäteviä, ne eivät kuitenkaan ole samanlaisia kaikissa kulttuureissa. Toisessa kulttuurissa kohtelias ele tai puheakti saattaa toisessa kulttuurissa olla epäkohtelias. Kohteliaisuus on siten aina sidoksissa yhteiskuntaan ja siinä vallitsevaan kulttuuriin sekä keskusteluun liittyviin tapoihin.

Kohteliaisuudella ei tarkoiteta ainoastaan odotettujen kohteliaisuussääntöjen noudattamista, vaan siihen kuuluvat sekä kaikki kielennetyt että jollakin muulla tavalla ilmaistut, nonverbaaliset, teot, joilla pyritään edistämään sujuvaa vuorovaikutusta. Kohteliaisuusperiaatteesta puhutaan usein rinnakkain Gricen vuorovaikutuksen maksiimien kanssa. Kohteliaisuus ja keskustelun maksiimit ovat siis hyvin kiinteässä suhteessa vuorovaikutustilanteeseen ja vaikuttavat yhdessä vahvasti sen onnistumiseen.

Leechin (1983: 131–132) mukaan kohteliaisuus on läsnä itsen ja toisen välisessä suhteessa. Hän on määritellyt kuusi kohteliaisuusmaksiiimia, joita vuorovaikutustilanteen osapuolten tulisi noudattaa. Nämä hienotunteisuuden, jalouden, vaatimattomuuden, hyväksynnän, sympatian ja huomaavaisuuden maksiiimit ovat Leechin mukaan ristiriidattoman ja kohteliaan vuorovaikutuksen perusta. Kaikki kohteliaisuusmaksiiimit perustuvat siihen, että toinen asetetaan aina itsen edelle, jolloin toinen hyötyy vuorovaikutustilanteesta itseä enemmän.

Hienotunteisuuden maksiiimi neuvoo kielenkäyttäjää minimoimaan sellaisten ilmausten käytön, jotka aiheuttavat vastaanottajalle haittaa ja maksimoimaan sellaisten ilmausten käytön, jotka lisäävät vastaanottajan hyötyä (Leech 1983: 107, 109, 132). Kielenkäyttäjän tulee siis hienotunteisuuden maksiiimia noudattaessaan ja ilmauksia tuottaessaan suhtautua vastaanottajaan mahdollisimman hienotunteisesti ja tahdikkaasti.

Jalouden maksiiimi neuvoo kielenkäyttäjää minimoimaan sellaisten ilmausten käytön, jotka lisäävät hänen omaa hyötyään ja maksimoimaan sellaisten ilmausten käytön, joilla hän lisää itselleen koituvaa haittaa (Leech 1983: 132–134). Jalouden maksiiimia noudattaessaan kielenkäyttäjää pyrkii toimimaan siten, että hän antaa vastaanottajan mielihyvin hyötyä omalla kustannuksellaan.

Hyväksymisen maksiiimi neuvoo kielenkäyttäjää minimoimaan sellaisten ilmausten käytön, joissa vastaanottajaa moititaan ja maksimoimaan sellaisten ilmausten käytön, joissa tätä kehuaan. Leechin mukaan hyväksymisen maksiiimia voisi nimittää myös imartelun maksiiimiksi. (Leech 1983: 132, 135–136.) Kielenkäyttäjän ei näin ollen tule esittää epämiellyttäviä huomioita toisesta, vaan pikemminkin mairitella tätä.

Vaativattomuuden maksiiimi neuvoo kielenkäyttäjää minimoimaan sellaisten ilmausten käytön, joissa hän maksimoi oman itsensä kehumisen ja maksimoimaan sellaisten ilmausten käytön, joissa hän maksimoi itsensä vähättelyn. Keskustelussa on vaatimattomuuden maksiiimin mukaan suotuisaa olla toisen kanssa samaa mieltä niin kauan, kun tämän kiitokset koskevat jotakuta muuta kuin itseä. Jos toisen kiitokset koskevat itseä, vaatimat-

tomuuden maksiimin noudattaminen edellyttää kiitosten torjumista. (Leech 1983: 132, 136–138.) Vaatimattomuuden maksiimia noudattava kielenkäyttäjä ei siis ole vaateliias, vaan pikemminkin toisen puolesta uhrautuva ja vähään tyytyvä.

Sopuisuuden maksiimi neuvoo kielenkäyttäjää käyttämään sellaisia ilmaisuja, jotka minimoivat erimielisyyden ja maksimoivat yksimielisyyden itsen ja toisen välillä (Leech 1983: 132, 138). Sopuisuuden maksiimia vaaliva kielenkäyttäjä on vuorovaikutustilanteessa sovinnollinen ja mukautuva osapuoli, joka pyrkii kaikin keinoin ylläpitämään yksimielisyyttä vastaanottajan kanssa. Sovinnollinen kielenkäyttäjä voi korostaa yksimielisyyttä esimerkiksi erilaisten pahoittelujen ja myönnytysten avulla.

Sympatian maksiimi neuvoo kielenkäyttäjää käyttämään sellaisia ilmaisuja, jotka minimoivat antipatian ja vastenmielisyyden sekä maksimoivat sympatian ja ymmärryksen itsen ja toisen välillä (Leech 1983: 132, 138). Sympatian maksiimia noudattava kielenkäyttäjä pyrkii siis suhtautumaan vastaanottajaan aina mahdollisimman myötätuntoisesti, ymmärtävästi ja suopeasti.

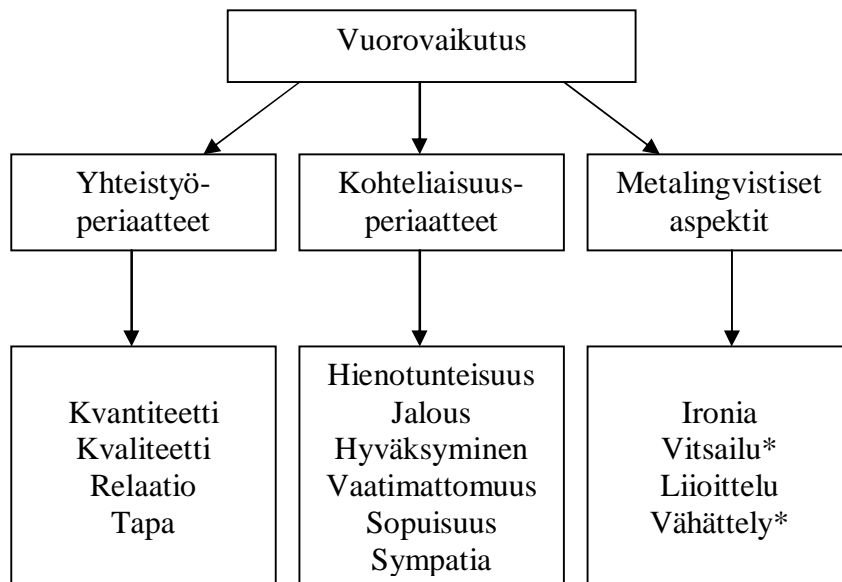
Kohteliaisuusmaksimien lisäksi Leech puhuu **kohteliaisuuden metalingvistisista aspekteista**, joilla Leech tarkoittaa ironiaa, vitsailua, liioittelua ja vähättelyä. Ironia ja vitsailu mahdollistavat sen, että kielenkäyttäjä on näennäisesti kohteliias: kielenkäyttäjä on tilanteeseen nähden ilmiselvästi liian kohteliias. Liioittelulla Leech viittaa tapauksiin, joissa kielenkäyttäjän kuvaus asiantilasta on voimakkaampi kuin mitä se todellisuudessa on. Vähättelyssä kuvaus asiantilasta taas on todellisuutta heikompi. (Leech 1983: 82, 142–145.)

Ironian ja vitsailun tulee olla selvästi tunnistettavissa leikinlaskuksi, jolloin ne voidaan nähdä vuorovaikutuksen kannalta suotuisiksi ilmiöiksi. Ironia ja vitsailu ovat suotuisia ilmiöitä silloin, kun ne ylläpitävät tuttuuden ja välittömyyden tunnetta vuorovaikutustilanteessa. (Leech 1983: 144.) Mitä intiimimpi ja välittömämpi vuorovaikutussuhde on, sitä epäkohteliaammat ja -muodollisemmat vuorovaikutuskeinot ovat sallittuja. Liioittelu ja vähät-

tely eivät ole yksittäisiä pragmaattisia periaatteita, vaan pikemminkin yleisiä pyrkimyksiä lieventää merkityksiä, jotka olisivat muutoin pragmaattisesti paheksuttuja (Leech 1983: 148).

Vitsailua ja vähättelyä ei tässä tutkimuksessa tarkastella, koska kielteisissä asiakaspalautteissa näitä kahta kohteliaisuuden metalingvististä aspektia ei esiinny. Niiden puuttuminen asiakaspalautteista selittyy sillä, että kielteisen asiakaspalautteen tehtävä on välittää vastaanottajalle tietoa palautteenkirjoittajien kielteisistä kokemuksista ja tunteista. Kielteisessä asiakaspalautteessa palautteenkirjoittajien ei siten ole tapana vähätellä kielteisiä ja mielipahaa aiheuttaneita kokemuksiaan, saati vitsailla niistä jotakin. Vähättely ja vitsailu kun eivät olisi palautteenkirjoittajien oman edun mukaista.

Kuvio 1 esittää tämän tutkimuksen kannalta keskeisimmät vuorovaikutukseen liittyvät, kielen avulla ilmennettävät osa-alueet. Kielteisyyden kielentämisen tarkasteleminen keskittyy tässä tutkimuksessa näiden vuorovaikutuksen osa-alueiden eli yhteistyöperiaatteiden, kohteliaisuusperiaatteiden ja kielen metalingvististen aspektien tarkasteluun.



Kuvio 1. Yhteistyö- ja kohteliaisuusperiaatteet sekä metalingvistiset aspektit vuorovaikutuksen osatekijöinä (Leech 1983: 16). *Vitsailu ja vähättely jäävät tämän tutkimuksen ulkopuolelle.

4. ASIAKASPALAUTTEIDEN ALKU, KESKIKOHTA JA LOPPU

Tässä luvussa tarkastellaan tutkimusaineiston asiakaspalautteiden rakennetta. Luvussa luodaan kuva asiakaspalautteiden rakenteesta ja vastataan rakennetta käsitteleviin tutkimuskysymyksiin. Luvussa selvitetään, millaisia kielteiset asiakaspalautteet ovat rakenteeltaan, mistä rakenneosista ne koostuvat, mitkä ovat rakenneosien tehtävät, ovatko rakenneosat palautteissa pakollisia vai valinnaisia, ja onko sähköisesti annettu asiakaspalautte rakenteeltaan kirjelmäinen. Jotta asiakaspalautteen rakenneosat on mahdollista määrittellä itsenäisiksi, loogisiksi ajatuskokonaisuuksiksi, on myös palautteiden sisältö otettava jo tutkimuksen tässä vaiheessa huomioon.

Koska asiakaspalautteen kokonaisrakenne muodostuu erilaisista funktionaalisista osista, jokaista rakenneosaa tarkastellaan omana kokonaisuutenaan. Ensin esitetään yleisiä, palautteiden rakennetta kuvaavia huomioita koko kahden sadan palautteen aineistosta, jonka jälkeen jokaista rakenneosaa tarkastellaan erikseen. Palautteiden rakenneosia tarkastellaan siten, että ensin esitetään huomioita koko aineistosta ja sitten molemmista osaineistoista erikseen.

4.1. Yleistä

Tekstien rakenteiden tarkastelua ja niiden hahmottamista on pidetty tärkeänä jo klassisen retoriikan aikana. Retoriikassa tekstin jäsentely tarkoittaa sitä, että puhuja järjestää ajatuksensa ja ideansa puheessaan itselleen sopivaan kohtaan siten, että hän saa yleisönsä kiinnostumaan asiastaan ja että hän pystyy suostuttelemaan kuulijoitaan mahdollisimman tehokkaasti (Bülow-Møller 1989: 15). Myös Leechin (1983: 15) mukaan retoriikka tarkoittaa juuri tällaista kielen vaikuttavaa käyttöä viestintätilanteessa.

Katsotaanpa tekstiä joko kirjoittajan tai vastaanottajan näkökulmasta, tekstin osilla on omat funktionaaliset merkityksensä. Tekstistä eroteltavissa olevat osat vaikuttavat aina vastaanottajan käsityksiin tekstin tyylistä ja sii-

hen, miten hän ymmärtää tekstin sisällön. Onkin tärkeää, että kirjoittaja valitsee kulloiseenkin viestintätilanteeseen omia viestintäpäämääriään parhaiten palvelevan tekstirakenteen. Se, miten kirjoittaja on järjestänyt asiansa tekstiin, kertoo vastaanottajalle, mitä kirjoittaja pitää ensisijaisesti ja mitä taas toissijaisesti tärkeänä. Asioiden tekstiin järjestämisessä on siis kyse siitä, miten kirjoittaja arvottaa sanomansa.

Tekstin kokonaisrakennetta voidaan lähestyä monin eri tavoin. Rakennetta voidaan tarkastella muun muassa siitä näkökulmasta, miten yhden tekstin eri elementit ovat järjestyneet kokonaisuudeksi toisiinsa nähden. Tämän tekstin elementtien järjestyneisyys on yhteydessä tekstilajin piirteisiin. Tekstissä on Ruqaiya Hasanin (1989: 56) mukaan oltava tiettyjä pakollisia ja valinnaisia elementtejä, jotta se muodostaa tekstikokonaisuuden. Tämä Hasanin esittämä tekstin kokonaisrakenteen tarkastelu on myös tämän tutkimuksen asiakaspalautteiden rakenteen tarkastelun lähtökohta.

Hasan (1989: 56) puhuu yksittäisistä piirteistä, joiden avulla tekstin rakenteesta voidaan tehdä tietynlaisia tulkintoja. Hasanin mukaan tekstin rakennetta voidaan tulkita sen mukaan, 1) mitä elementtejä tekstissä täytyy tai 2) voi esiintyä, 3) missä näiden elementtien täytyy esiintyä tai 4) missä ne voivat esiintyä ja 5) kuinka usein nämä elementit esiintyvät tekstissä. Tarkasteltavassa tekstissä rakenne-elementtien pakollisuuden ja valinnaisuuden viittaavat kohdat 1 ja 2, niiden järjestykseen kohdat 3 ja 4 ja niiden toistuvuuteen kohta 5. Näistä Hasanin määrittelemistä tekstin rakennetta kuvaavista piirteistä kohdat 1, 2 ja 5 ovat tämän tutkimuksen kannalta relevantteja. Kohdat 3 ja 4 jäävät tässä tutkimuksessa tarkastelun ulkopuolelle siksi, että asiakaspalautteen kirjoittamiselle ei ole olemassa jotakin tiettyä konventionaalisesti säänneltyä mallia: asiakaspalautetta kirjoittaessaan palautteenkirjoittaja voi itse valita, miten hän järjestää ja esittää sanottavansa.

Tässä tutkimuksessa asiakaspalautteiden rakenteen tarkastelun pohjana on strukturalistinen ajatus siitä, että tekstikokonaisuus muodostuu pienemmistä osista. Ajatus tekstin kokonaisrakenteen jakamisesta pienempiin osiin on peräisin antiikin Kreikasta:

On selvää, että kertomalla – – tapahtuvassa jäljittelyssä juoni on, samalla tavalla kuin tragediassa, sommiteltava draamalliseksi: yhden, kokonaisen ja loppuun suoritettun toiminnan ympärille, jolla on alku, keskikohta ja loppu, – –. (Aristoteles [1982]: 63.)

Vaikka Aristoteles viittaakin tekstistä puhuessaan ainoastaan antiikin draamaan, nämä kolme osaa, alku, keskikohta ja loppu, on selvästi erotettavissa myös asiakaspalautteista. Aristoteleen ajatusta voidaankin siten soveltaa myös asiakaspalautteen kaltaisiin nykypäivän arkisiin käyttöteksteihin: Tekstit kun ovat yhä nykypäivänä omia kokonaisuuksiaan, ja niiden rakennetta voidaan tarkastella pienemmissä osissa. Tekstien perusrakenteesta voidaan yhä erottaa alku, keskikohta ja loppu.

Myös tämän tutkimuksen asiakaspalautetekstien kokonaisrakenteesta on eroteltu alku, keskikohta ja loppu. Nämä kolme jaksoa on edelleen jaettu pienempiin, funktionaalisiin osiin: asiakaspalautteen alku käsittää alkutervehdyksen ja aloitusjakson, loppu lopetusjakson ja lopputervehdyksen ja keskikohta alun ja lopun väliin jäävän muun juoksevan tekstiaineksen.

Irmeli Pääkkösen ja Markku Variksen (2000: 21–22) mukaan tekstin rakennetta voidaan tekstijaksojen ja niiden järjestyksen lisäksi analysoida tarkastelemalla myös erityisiä tekstuaalisuuden tunnuspiirteitä. Näiden tekstuaalisuutta ilmentävien tunnuspiirteiden perusteella yksittäisten sanojen ja lauseiden joukko voidaan määritellä tekstikokonaisuudeksi. Kun teksti käsitetään merkitykselliseksi kokonaisuudeksi, se ymmärretään sekä rakenteellisesti että sisällöllisesti sidosteisena. Tekstilingvistiikan mukaan tekstin sisällöllinen yhtenäisyys tarkoittaa koherenssia ja tekstin rakenteellinen sidosteisuus koheesiota.

Tässä tutkimuksessa asiakaspalautteiden aloitus- ja lopetusjakson määrittelyn lähtökohtana on koherentti teksti. Aloitus- ja lopetusjaksot on rajattu siten, että ne muodostavat loogisen ja yhtenäisen ajatuskokonaisuuden. Koherenssin ja koheesion lisäksi jaksojen määrittelyperusteena on käytetty jaksojen välillä olevia selviä siirtymiä. Jaksojen välinen siirtymä voi olla joko temporaalinen tai topiikin vaihtuminen toiseksi topiikiksi.

Esimerkki KLP 15 kuvaa temporaalista siirtymää palautteen aloitusjaksosta palautteen keskikohtaan, ja esimerkki TPP 16 kuvaa temporaalista siirtymää palautteen keskikohdasta lopetusjaksoon:

(KLP 15) *Minulla **on** kaksi Finnkinon yrityslippua (a'7.50€), jotka olivat voimassa 31.08.04 saakka. **Olimme** eilen poikani kanssa menossa elokuviin koska **oli** viimeinen mahdollinen päivä käyttää liput. – –*

(TPP 16) *– – se mies työntekijä **pilasi** koko elokuvan tunnelman.. tavallaan minulle **jäi** paskan maku suuhun. Toivon että **sanotte** tästä eteenpäin, **ettei** sitä **tapah-tuisi** uudestaan..sehän **voi** nimittäin **tarkoittaa** katoa teidän asiakkaisianne...*

Esimerkeissä KLP 15 ja TPP 16 jaksojen välinen temporaalinen siirtymä näkyy aikamuotojen vaihdoksena. Esimerkissä KLP 15 palautteenkirjoittaja käyttää palautteensa aloitusjaksossa preesensia ja keskikohdassa imperfektiä. Esimerkissä TPP 16 palautteenkirjoittaja käyttää keskikohdassa imperfektiä ja lopetusjaksossa preesensia. Molemmissa esimerkeissä ilmenevä kerronnan ajan muuttuminen jaksojen välillä osoittaa, että puhehetken ja tapahtumahetken välillä on ajallinen ero.

Esimerkki KLP 17 kuvaa aloitusjakson (lihavoitu) ja keskikohdan välistä siirtymää, jossa topiikki vaihtuu toiseksi topiikiksi. Esimerkki TPP 18 puolestaan kuvaa keskikohdan ja lopetusjakson (lihavoitu) välistä vastaavaa siirtymää:

(KLP 17) ***Kyselisin,että milloin leffaan olisi tulossa ZOO-niminen leffa? Millaiset ikäraajat kyseiseen leffaan on?** – –*

(TPP 18) *– – Vaikka kyseessä oli alennuspäivä, niin odottaisimme enemmän Suomen johtavalta elokuvaesitysten tarjoajalta. **Jonkilainen hyvitys olisi mielettämme paikallaan.***

Esimerkissä KLP 17 palautteenkirjoittaja kysyy palautteensa aloitusjaksossa vastaanottajalta elokuvan ensi-illan ajankohtaa. Kysymällä vastaanottajalta elokuvan ikäraajasta palautteenkirjoittaja siirtyy palautteen aloitusjaksosta palautteen keskikohtaan. Ensimmäinen kysymys koskee elokuvan ajankoh-

taa ja toinen kysymys elokuvan ikärajoja. Näin ollen aloitusjaksossa ja keskikohdassa on eri topiikit. Aloitusjakson ja keskikohdan välillä on siis siirtymä, jossa topiikki vaihtuu toiseksi topiikiksi. Esimerkissä TPP 18 palautteen keskikohdan ja lopetusjakson topiikit eroavat myös toisistaan. Keskikohdassa palautteenkirjoittaja viittaa keskikohdassa aiemmin esitettyihin asioihin ja esittää niihin perustuen toteamuksen asiakaspalvelusta. Lopetusjaksossa palautteenkirjoittaja toteaa, että esittämiensä argumenttien perusteella hän odottaa vastaanottajalta jonkinlaista korvausta kokemastaan huonosta asiakaspalvelusta. Siten keskikohta ja lopetusjakso eroavat topiikeiltaan: keskikohdan topiikki paremmasta palvelusta vaihtuu lopetusjakson korvausvaadetopiikiksi.

Tutkimusaineiston asiakaspalautteet ovat sanamääräiseltä pituudeltaan heterogeenisiä. Palautteiden sanamäärät vaihtelevat 12 sanasta 734 sanaan:

Aineisto	Pisin palaute	Lyhyin palaute	Palautteiden keskiarvopituus
KLP-aineisto	734	12	67,7
TPP-aineisto	403	31	99,5
Koko aineisto	734	12	83,6

Taulukko 1. Asiakaspalautteiden sanamääräinen pituus (sanaa/palaute) tutkimusaineistossa.

Taulukko 1 osoittaa, että teatteripalvelupalautteet ovat sanamäärältään keskimäärin noin 47 prosenttia Kinolippu-palautteita pidempiä. Tämä osa-aineistojen palautteiden keskimääräinen pituusero johtunee siitä, että KLP:ita ja TPP:ita kirjoitetaan erilaisten asiakaspalvelutilanteiden pohjalta. TPP:iden kirjoittajien on ollut palautteita kirjoittaessaan mahdollista kuvaila itse kokemaansa, elokuvateatterissa tapahtunutta, toimintaa ja asiakaspalvelutilannetta sekä visuaalisten että auditivisten kokemustensa pohjalta. KLP:iden kirjoittajat taas ovat kirjoittaneet palautteitaan ainoastaan asiakaspalveluhenkilön kanssa käydyn puhelinkeskustelun perusteella, jolloin palautteissa ei ole ollut lainkaan mahdollista kielentää kokemusten visuaalista

ulottuvuutta. Näin ollen tämä palautteenkirjoittajien kokemusero lienee syy osa-aineistojen palautteiden sanamääräiseen pituuseroon.

4.2. Alku: alkutervehdys ja aloitusjakso

Aristoteles kuvailee draaman aloitusta seuraavasti:

Alkua ei mikään välttämättä edellä, mutta luonnon järjestyksen mukaan sen jälkeen on tai tulee olemaan jotakin, – –.
(Aristoteles [1982]: 27.)

Minkä tahansa tekstin aloitus on tärkeä, sillä siinä näkyy lukijan ja maailman suhde; tekstin aloitus sitoo tekstin maailmaan, ja näin syntyy lukijan ja tekstin suhde (Mäntynen 2003: 59). Asiakaspalautetekstin alun tehtävä on luoda suhde kirjoittajan ja vastaanottajan välille. Asiakaspalautteen alun tehtävä on kuitenkin tämän vuorovaikutuksellisen suhteen luomisen lisäksi johdatella lukijaa tekstissä myöhemmin, alun jälkeen esitettävään aiheeseen.

Asiakaspalautteiden alku muodostuu mahdollisesta alkutervehdyksestä ja aloitusjaksosta. Palaute alkaa siis joko alkutervehdyksellä ja aloitusjaksolla tai pelkällä aloitusjaksolla. Alkutervehdystä ei siis ole kaikissa tutkimusaineiston palautteissa.

Asiakaspalautetta, joka alkaa alkutervehdyksellä, voidaan pitää kommunikatiivisempana ja siten vuorovaikutuksellisempana kuin palautetta, josta alkutervehdys puuttuu. Tutkimusaineiston asiakaspalautteet jakautuvat kommunikatiivisilta tavoitteiltaan jo pelkän alkutervehdyksen perusteella kahtia: palautteisiin, joissa pyritään puhuttelemaan vastaanottajaa ja palautteisiin, joissa ei ole nähty tarpeellisenä luoda vuorovaikutuksellista yhteyttä vastaanottajaan.

Vuorovaikutuksellisuutta tavoittelevat, vastaanottajaa tervehtivät palautteenkirjoittajat ovat ainakin muodollisesti kohteliaampia kuin kirjoittajat, joiden palautteissa ei ole alkutervehdystä. Tämän tutkimuksen puitteissa on kuitenkin mahdoton selvittää, onko alkutervehdyksen kirjoittamatta jättäminen ja siten myös tämän vuorovaikutuksellisuuden kiinteästi liittyvän kohteliaisuuskäytännön rikkominen palautteenkirjoittajien tietoinen valinta. On

nimittäin mahdollista, että palautteenkirjoittajat eivät miellä asiakaspalautetta alkutervehdystä vaativaksi kirjelmäiseksi tekstiksi, vaikka sähköpostikirjeen konteksti sitä muodollisesti vaatisikin.

Tässä tutkimuksessa **alkutervehdys** erotetaan omaksi erilliseksi, aloitusjaksoa edeltäväksi asiakaspalautteen rakenneosaksi. Taulukko 2 osoittaa alkutervehdysten määrän tutkimusaineiston palautteissa:

Aineisto	Alkutervehdysten määrä
KLP-aineisto	36 (36,0 %)
TPP-aineisto	34 (34,0 %)
Koko aineisto	70 (35,0 %)

Taulukko 2. Alkutervehdysten määrä asiakaspalautteissa (kpl/aineisto).

Taulukosta 2 nähdään, että koko kahden sadan palautteen aineistossa on vain hieman yli yksi kolmasosa sellaisia palautteita, joissa on alkutervehdys. Sekä KLP- että TPP-aineistoissa alkutervehdyksellisiä palautteita on suhteessa yhtä paljon kuin koko tutkimusaineistossa. Tutkimusaineisto osoittaa näin ollen, että alkutervehdys ei ole tyypillinen eikä pakollinen asiakaspalautteen osa. Alkutervehdys on asiakaspalautteen valinnainen elementti.

Asiakaspalautteiden alkutervehdykset voidaan edelleen jakaa kahteen alkutervehdystyyppiin. Alkutervehdys voi olla joko tervehdyssana ja siihen liittyvä vastaanottajan identifioiva puhuttelusana (KLP 19) tai yksittäinen tervehdyssana (TPP 20):

(KLP 19) *Hei Finnkino.!*

(TPP 20) *Tervehdys!*

Taulukko 3 esittää alkutervehdystyypien jakautumisen tutkimusaineistossa:

Aineisto	Tervehdysosan ja puhuttelusanan yhdistelmä	Yksittäinen tervehdyssana
KLP-aineisto	3 (8,3 %)	33 (91,7 %)
TPP-aineisto	2 (5,9 %)	32 (94,1 %)
Koko aineisto	5 (7,1 %)	65 (92,9 %)

Taulukko 3. Asiakaspalautteiden alkutervehdystyypit (kpl/aineisto).

Taulukko 3 osoittaa, että yksittäinen tervehdyssana on selvästi tervehdyssanan ja puhuttelusanan yhdistelmää yleisempi alkutervehdystyypipi molemmissa osa-aineistoissa. Tervehdysosan ja puhuttelusanan yhdistelmiä on asiakaspalautteissa hyvin vähän eli ainoastaan alle kymmenesosa kaikista alkutervehdyksistä. Yksittäinen tervehdyssana on siis tavallisin alkutervehdyksistä, jos palautteessa ylipäätään on alkutervehdys.

Alkutervehdyksen erottaminen omaksi osakseen muusta alun tekstistä perustuu siihen, että sillä on oma, eriytynyt tehtävänsä asiakaspalautteessa. Sen vakiintunut tehtävä on vastaanottajan puhuttelu ja tämän huomion herättäminen (esim. Hakulinen ym. 2004: 1144). Alkutervehdyksellä palautteenkirjoittajat luovat siis kontaktin vastaanottajaan. Alkutervehdys on myös osoitus kirjoittajan ja vastaanottajan välisestä tekstiin kirjoittuvasta dialogisuudesta.

Esimerkissä (KLP 19) yksittäistä vastaanottajaa puhutellaan koko yritykseen viittaavalla nimellä. Palautteenkirjoittaja kohdistaa palautteensa siis yleisesti koko yritykselle, ei vain jollekin tietylle henkilölle. Yksittäinen henkilö, palautteen vastaanottaja, edustaa siis tässä tapauksessa koko organisaatiota. Koko tutkimusaineistossa tämä kirjelmäisyyden olennainen piirre, kontaktin luominen vastaanottajaan tätä puhuttelemalla, on suhteellisen vähäistä. Paitsi että kirjoittajat ylipäätään tervehtivät palautteen vastaanottajaa harvoin, vielä harvemmin kirjoittajat puhuttelevat vastaanottajaa suoraan puhuttelusanalla tai nimellä. Alkutervehdyksien vähäinen määrä ja siten nii-

den valinnaisuus osoittaa, että asiakaspalautteen kirjoittajat eivät ajattele sähköpostitse annettua palautetta ensisijaisesti niinkään sähköpostikirjeenä, vaan perinteisenä asiakaspalautteena, johon alkutervehdys ei odotuksenmukaisesti kuulu.

Asiakaspalautteiden **aloitusjakso** joko seuraa alkutervehdystä tai toimii yksin, itsenäisenä palautteen aloituksena. Aloitusjakso on tutkimusaineiston kaikissa palautteissa, ja siten se on asiakaspalautteen pakollinen rakennelementti. Myös aloitusjaksolla on oma, erityinen tehtävänsä asiakaspalautteessa. Sen avulla palautteenkirjoittaja tutustuttaa ja johdattelee vastaanottajan palautteeseen. Aloitusjaksosta alkaa myös palautteen aiheen varsinainen käsittely.

Taulukko 4 kuvaa asiakaspalautteiden aloitusjaksojen sanamääräisiä pituuksia tutkimusaineistossa:

Aineisto	Pisin aloitusjakso	Lyhyin aloitusjakso	Aloitusjaksojen keskiarvopituus
KLP-aineisto	39	1	11,2
TPP-aineisto	31	1	11,4
Koko aineisto	39	1	11,3

Taulukko 4. Asiakaspalautteiden aloitusjaksojen sanamääräinen pituus (sanaa/aloitusjakso).

Taulukosta 4 nähdään, että tutkimusaineiston aloitusjaksot ovat molemmissa osa-aineistoissa sanamääriltään keskimäärin lähestulkoon yhtä pitkiä. Lyhyimmät aloitusjaksot ovat molemmissa osa-aineistoissa ainoastaan yhden sanan mittaisia. Myös molempien osa-aineistojen pisimmät aloitusjaksot ovat sanamääriltään suunnilleen samanmittaisia. Näin siis KLP:iden ja TPP:iden keskimääräinen kokonaispituusero ei muodostu asiakaspalautteiden aloitusjaksoissa.

Palautteiden aloitusjaksot voidaan alkutervehdyksen tavoin jakaa rakenteeltaan erilaisiin tyyppeihin. Aloitusjaksotyyppejä on kolmenlaisia: aloitus-

jakso voi muodostua yhdestä tai kahdesta kokonaisesta virkkeestä, tai se voi olla epätäydellinen virke. Taulukko 5 osoittaa asiakaspalautteiden aloitusjaksojen rakennetyyppien jakautumisen tutkimusaineistossa:

Aineisto	1 kokonainen virke aloitusjaksona	2 kokonaista virkettä aloitusjaksona	Epätäydellinen virke aloitusjaksona
KLP-aineisto	92 (92,0 %)	2 (2,0 %)	6 (6,0 %)
TPP-aineisto	93 (93,0 %)	3 (3,0 %)	4 (4,0 %)
Koko aineisto	185 (92,5 %)	5 (2,5 %)	10 (5,0 %)

Taulukko 5. Asiakaspalautteiden aloitusjaksojen rakennetyypit (kpl/aineisto).

Taulukosta 5 nähdään, että yhdestä kokonaisesta virkkeestä muodostuva aloitusjakso on molempien osa-aineistojen selvästi tavallisin aloitusjakso-tyyppi (KLP 21 ja TPP 22):

(KLP 21) *Miksei teatterisivuilta löydy lippukassojen puhelinnumeroita?*

(TPP 22) *Onko Finnkinon Oulun teattereiden alasajo aloitettu, vaikka uusi pytinki on vasta paperilla?*

Molemmissa osa-aineistoissa kahden virkkeen muodostamia aloitusjaksoja (KLP 23 ja TPP 24) on vähiten. Niitä on koko aineiston aloitusjaksoista ainoastaan 2,5 %:

(KLP 23) *Lauantaina 5.2.2005 soitin kotoamme Kirkkonummelta Finnkinon lipunmyyntiin (0600-007 007) ja tiedustelin lippuja itselleni ja pojalleni Perikatoelokuvaan. Halusimme klo 17:45 näytökseen Tenispalatsiin.*

(TPP 24) *Toivoisin, että tämä palaute menisi Jyväskylän Finnkinon toiminnasta vastaavalle henkilölle. Todennäköisesti hän on toimitusjohtaja tai muu vastaavalla nimikkeellä oleva henkilö.*

Epätäydellinen virke aloitusjaksona (KLP 25 ja TPP 26) on molemmissa osa-aineistoissa melko harvinainen. Kuitenkin niitä on hieman enemmän kuin kahden virkkeen muodostamia aloitusjaksoja. Epätäydellisten virkkeiden muodostamien aloitusjaksojen osuus koko aineistosta on vain 5 %:

(KLP 25) *Asiakaspalvelustanne*

(TPP 26) *Teatterinne, Tennispalatsi no 9,rivi 7, Fahrenheit 9/11, la 28.8.04/1400.*

Aloitusjaksojen määrällinen jakautuminen kolmeen eri aloitusjaksotyyppiin on samansuuntaista sekä KLP- että TPP-aineistoissa: yhden virkkeen aloitusjaksoja on valtaosa, ja kahden virkkeen aloitusjaksoja sekä epätäydellisen virkkeen muodostamia aloitusjaksoja on selvä vähemmistö.

Asiakaspalautteiden aloitusjaksot on molempien osa-aineistojen perusteella jaoteltavissa eri tyyppeihin myös niiden sisällön mukaan. Näitä aloitusjaksojen sisältötyyppejä on kahdeksan: aloitusjakso voi 1) kuvata palautteenkirjoittajan omaa toimintaa, 2) pohjustaa palautteen antamista, 3) olla kysymys, 4) olla syyttävä kysymys, 5) kuvailla Finnkino Oy:n toimintaa, 6) olla otsikkomainen tai 7) olla parannusehdotus.

Palautteenkirjoittajien oman toiminnan kuvauksesta muodostuvissa aloitusjaksoissa palautteenkirjoittajat kuvailevat tai selittävät sitä, miten he ovat itse toimineet ennen asiakaspalvelutilannetta tai sen aikana (KLP 27 ja TPP 28):

(KLP 27) *Ennen kesälomia olimme vaimon kanssa lähdössä elokuvaan ja varasimme lapsenliikan ja soitin varauskeskukseen.*

(TPP 28) *Olimme sunnuntaina lasten päivän elokuvissa 2-vuotiaan tyttömme kanssa ja nimenomaan kysyin lipunmyyjältä onko leffa "Meren sininen" tälle 2-vuotiaalle hyvä.*

Edellä olevista esimerkeistä nähdään, että esimerkin KLP 27 aloitusjakso on sävyllään neutraali, kun taas esimerkin TPP 28 aloitusjakso on kielteisesti asenteellinen. Esimerkissä KLP 27 palautteenkirjoittaja kertoo neutraalisti,

miten hän on toiminut. Hän ei siis millään tavoin hyökkää vastaanottajan tai asiakaspalveluhenkilöiden kasvoja kohti. Esimerkin TPP 28 aloitusjakso sen sijaan on sävyltään selvästi asiakaspalveluhenkilöä syyttävä. Palautteenkirjoittaja hyökkää palautteessa mainitsemansa asiakaspalveluhenkilön kasvoja vastaan. Hän antaa palautteen vastaanottajan ymmärtää, että lipunmyyjä on toiminut palvelutilanteessa ammattitaidottomasti, kun hän on itse erityisesti ja *nimenomaan* tähdentänyt asiakaspalvelijalle asiansa tärkeyttä.

Palautteen antamista pohjustavissa aloitusjaksoissa palautteenkirjoittajat esittelevät ja tiivistävät palautteen aiheen. Usein kirjoittajat ilmaisevat niissä tunteitaan ja mielipiteitään sekä identifioivat asiakaspalvelutilanteeseen ja palautteen aiheeseen liittyvän tapahtumapaikan (KLP 29 ja TPP 30):

(KLP 29) *Olen ahkera elokuvissa kävijä eikä minulla ennen ole ollut mitään valittamista Finnkino Promenadin palveluista.*

(TPP 30) *Haluan ilmoittaa tyytymättömyydestäni Tampereen Plevnan lipunmyyntipalveluun.*

Esimerkin KLP 29 aloitusjakso on neutraali ja suhteellisen hienotunteinen. Esimerkistä käy kuitenkin ilmi, että neutraali aloitusjakso pohjustaa kielteistä palautteen aihetta. Palautteenkirjoittaja viittaa aiempiin asiakaspalvelukokemuksiinsa toteamalla, että hänellä ei ole aiemmin ollut mitään huomauttamista Finnkino Oy:n palveluista. Tämä viittaus aiempiin palvelukokemuksiin ikään kuin toimii eräänlaisena kielteisyyden pehmentimenä. Tämä aloitusjakso on hyvä esimerkki siitä, että myös kielteinen palaute voi alkaa hienotunteisesti ja kohteliaasti.

Esimerkissä TPP 30 palautteenkirjoittaja ilmaisee suoraan tyytymättömyytensä palveluun. Siitä on nähtävissä palautteenkirjoittajan selvä tuohtumus ja kielteinen asennoituminen koettuun asiakaspalveluun, vaikka myös se on ilmaistu vastaanottajaa varsinaisesti loukkaamatta. Tästä aloitusjaksosta käy kuitenkin välittömästi ilmi, että kyse on kielteisestä asiakaspalautteesta. Tyytymättömyys asiakaspalveluun on sanottu suoraan ja kiertelemättä.

Palautteenkirjoittajat voivat aloitusjaksoissa myös kysyä vastaanottajalta jotakin Finnkino Oy:n toiminnasta. Useimmiten kysymykset liittyvät joko esitettäviin elokuviin, lipunmyyntiin tai johonkin muuhun teatteritoimintaan (KLP 31 ja TPP 32):

- (KLP 31) *Milloin voi alkaa ennakkovaraamaan lippuja elokuvaan Star Wars Episodi III Sithin kosto.?*
- (TPP 32) *Onko mahdollista ostaa 2kpl Finnkinon joululahjalippuja vai onko myynnissä vain neljän lipun lippuvihkoja?*

Kysymykset aloitusjaksoina ovat tutkimusaineiston perusteella aina neutraaleja, eivätkä palautteenkirjoittajat siten tällaisia kysymyksiä esittäessään varsinaisesti uhkaa palautteen vastaanottajan tai muiden asiakaspalveluhenkilöiden kasvoja. Kun palautteenkirjoittaja esittää kysymyksen, hän kuitenkin osoittaa vastaanottajalle, että palvelussa on osoitettavissa jonkinlainen kysymyksiä herättävä epäkohta. Siten palautteet uhkaavat Finnkino Oy:n kasvoja. Esimerkkien KLP 31 ja TPP 32 perusteella voidaan siis olettaa, että palautteenkirjoittajat ovat havainneet Finnkino Oy:n tiedotuksessa puutteita, minkä vuoksi he ovat kirjoittaneet asiakaspalautetta.

Palautteenkirjoittajat, jotka esittävät palautteen aloitusjaksossa syyttävän kysymyksen, hyökkäävät aina jollakin tapaa vastaanottajan kasvoja vastaan (KLP 33 ja TPP 33):

- (KLP 33) *Miks helvetissä Kinolippu-työntekijät ei vastaa puhelimeen??*
- (TPP 34) *Onko palautteen antamisesta mitään hyötyä ?*

Esimerkkien KLP 33 ja TPP 34 palautteenkirjoittajat esittävät asiansa siten, että he osoittavat kiertelemättä kielteisen suhtautumisensa asiakaspalveluun. Esimerkissä KLP 33 palautteenkirjoittaja hyökkää vastaanottajaa kohti voimasanaa käyttämällä ja ihmettelemällä, miksi hänen puheluunsa ei ole vastattu. Vastaanottajan kasvojen uhkaaminen on siis ilmiselvää, eikä palautteenkirjoittaja millään tavalla edes pyri pehmentämään loukkaustaan. Esimerkissä TPP 34 kirjoittaja kyseenalaistaa asiakaspalautteen antamisen kan-

nattavuuden. Esittämällä tämän syyttävän kysymyksen palautteenkirjoittaja osoittaa vastaanottajalle, että hän ei usko palautteen kirjoittamisesta olevan mitään hyötyä. Tämä vastaanottajan toiminnan kyseenalaistaminen on selvä osoitus vastaanottajan kasvojen uhkaamisesta.

Finnkino Oy:n toimintaa kriittisesti kuvaileva aloitusjakso sisältää palautteenkirjoittajan jonkinlaisen kielteisen havainnon yrityksen toiminnasta. Havainto voi perustua kirjoittajan omaan kokemukseen tai kuulopuheeseen. Tässä aloitusjaksotyypissä palautteenkirjoittaja antaa vastaanottajan ymmärtää, että yrityksen toiminnassa on parantamisen varaa (KLP 35 ja TPP 36):

(KLP 35) *On se ihmeellistä ettei lippuja voi kinolipusta kuulemma varata kuin ainoastaan viikon päähän.*

(TPP 36) *On se kumma kun ei Tampereen Plevnassa tekniikka pelaa.*

Esimerkkien KLP 35 ja TPP 36 palautteenkirjoittajat aloittavat asian käsittelyn kielteisesti. Palautteenkirjoittajat kyseenalaistavat yrityksen palvelun laadun. Nämä Finnkino Oy:n toimintaa kritisoivat aloitusjaksot paljastavat, että palautteenkirjoittajat eivät ymmärrä ja hyväksy sitä, miten yrityksen toiminta voi olla sellaista kuin se on.

Otsikkomainen aloitusjakso on epätäydellinen lauserakenne, joka on usein erotettu muusta palautteesta erilleen omalle rivilleen. Tällöin voidaan ajatella, että palautteenkirjoittaja on tarkoittanut tällaisen rakenteen jonkinlaiseksi palautteen otsikoksi. Muiden aloitusjaksojen tapaan otsikkomainen aloitusjakso johdattelee vastaanottajan palautteen aiheeseen. Otsikkomainen ilmaus liittyy siis jo jollakin tapaa palautteen aiheeseen. Se voi esimerkiksi olla joko elokuvan nimi (KLP 37) tai elokuvateatterin nimi (TPP 38):

(KLP 37) *In Good Company (olisipa nimi vaivauduttu suomentamaan):*

(TPP 38) *Tennispalatsi.*

Esimerkissä KLP 37 palautteenkirjoittaja johdattelee vastaanottajan palautteensa aiheeseen käyttämällä otsikkomaisena aloitusjaksiona elokuvan ni-

meä, johon hänen asiakaspalvelukokemuksensa liittyy. Aloituskajson sulkeissa olevassa lisähuomautuksessa palautteenkirjoittaja arvostelee yritystä siitä, että se ei ole toiminut hänen odottamallaan tavalla. Tällä Finnkino Oy:n toimintaan liittyvällä kriittisellä huomautuksellaan palautteenkirjoittaja hyökkää vastaanottajan kasvoja vastaan. Esimerkin TPP 38 aloitusjaksokertoo lyhyesti tapahtumapaikan, johon palautteenkirjoittajan kielteinen asiakaspalvelukokemus liittyy. Asiakaspalautteen kielteinen sisältö ei kuitenkaan näy aloitusjaksosta.

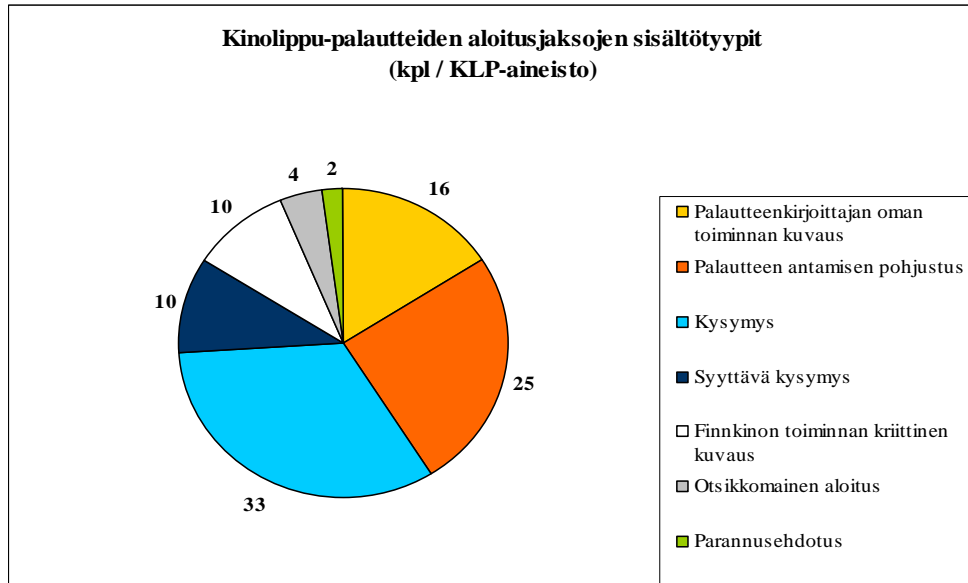
Parannusehdotuksella palautteenkirjoittaja ehdottaa, toivoo tai kehottaa Finnkino Oy:tä tekemään jotakin tai muuttamaan toimintaansa jotenkin. Parannusehdotus voi koskea mitä tahansa Finnkino Oy:n toimintaa, jossa palautteenkirjoittaja on havainnut puutteita tai parannettavaa. Tällaisissa aloitusjaksoissa palautteenkirjoittajat tyypillisesti osoittavat, että parannettavaa on esimerkiksi lipunvarauspalvelussa tai elokuvateattereiden teknikkassa (KLP 39 ja TPP 40):

(KLP 39) *Olisi hienoa jos olisi mahdollista lähettää varausnro myös tekstarina kännykkään, kun tekee varauksen puhelimitse.*

(TPP 40) *Mä haluaisin vaan sanoa kun kävin katsomassa siellä Kaunan ja todella monta muutakin leffaa että teidän kannattais laittaa niitä elokuvan ääniäkin pienemmälle...*

Esimerkeistä KLP 39 ja TPP 40 nähdään, että palautteiden antamisen lähtökohtana on palautteenkirjoittajien tyytymättömyys yrityksen nykyiseen palveluun tai toimintaan. Palautteenkirjoittajat haluavat saada palautteillaan aikaan jonkinlaisen muutoksen Finnkino Oy:n palvelussa, mikä ilmaistaan vastaanottajalle heti palautteen aloitusjaksossa. Paitsi että palautteenkirjoittajat osoittavat toiminnan epäkohdan, he myös ehdottavat, miten epäkohta tulisi korjata. Molemmissa esimerkeissä uhataan vastaanottajan kasvoja, koska niissä osoitetaan palvelussa oleva epäkohta. Kumpikaan palautteenkirjoittaja ei kuitenkaan suoraan hyökkää vastaanottajaa kohtaan, vaan esittää parannusehdotuksensa melko hienotunteisesti.

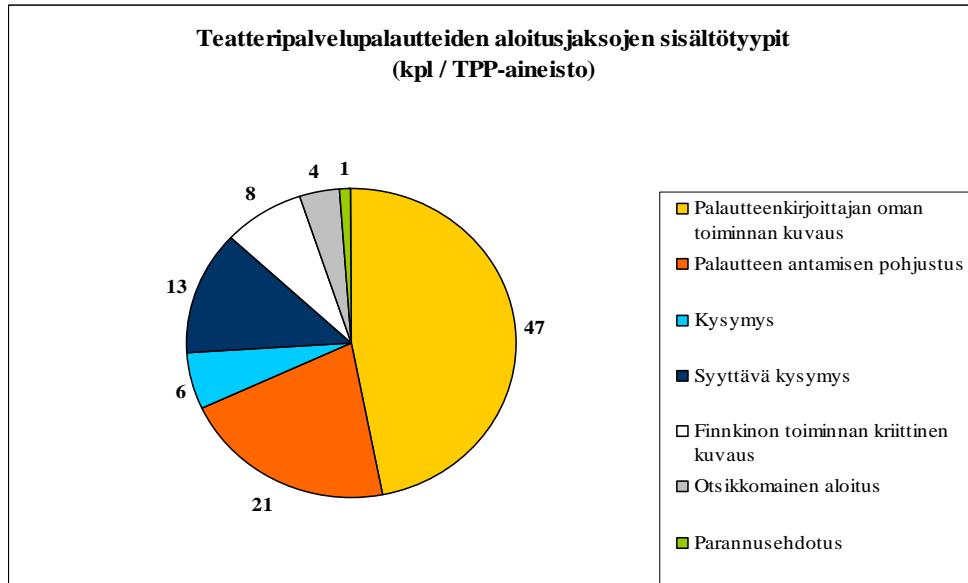
Kuvio 2 esittää aloitusjaksojen sisältötyyppien kappalemääräisen jakautumisen KLP-aineistossa:



Kuvio 2. Kinolippu-palautteiden aloitusjaksojen sisältötyypit.

Kuten kuvio 2 nähdään, Kinolippu-palautteiden aloitusjaksot ovat yleisimmin kysymyksiä. KLP:t alkavat siis useimmiten kysymyksellä. Niitä on KLP-aineiston aloitusjaksoista kolmasosa. Neljäsosa KLP:iden aloitusjaksoista on palautteen antamisen pohjustuksia, ja hieman alle viidesosa aloitusjaksoista on palautteenkirjoittajien oman toiminnan kuvausta. Muita aloitusjaksotyyppejä on yhteensä neljäsosa kaikista KLP-aineiston aloitusjaksoista.

Kuvio 3 osoittaa TPP:iden aloitusjaksojen sisältötyyppien kappalemääräisen jakautumisen:



Kuvio 3. Teatteripalvelupalautteiden aloitusjaksojen sisältötyypit.

Kuvioista 3 nähdään, että lähes puolet teatteripalvelupalautteiden aloitusjaksoista on palautteenkirjoittajien oman toiminnan kuvausta. TPP:t alkavat siis useimmiten palautteenkirjoittajan oman toiminnan kuvailulla. Hieman yli viidesosa aloitusjaksoista on palautteen antamisen pohjustusta, ja reilu kymmenesosa aloitusjaksoista on syyttäviä kysymyksiä. Muita aloitusjakso-tyyppejä on TPP-aineistossa yhteensä hieman alle viidesosa.

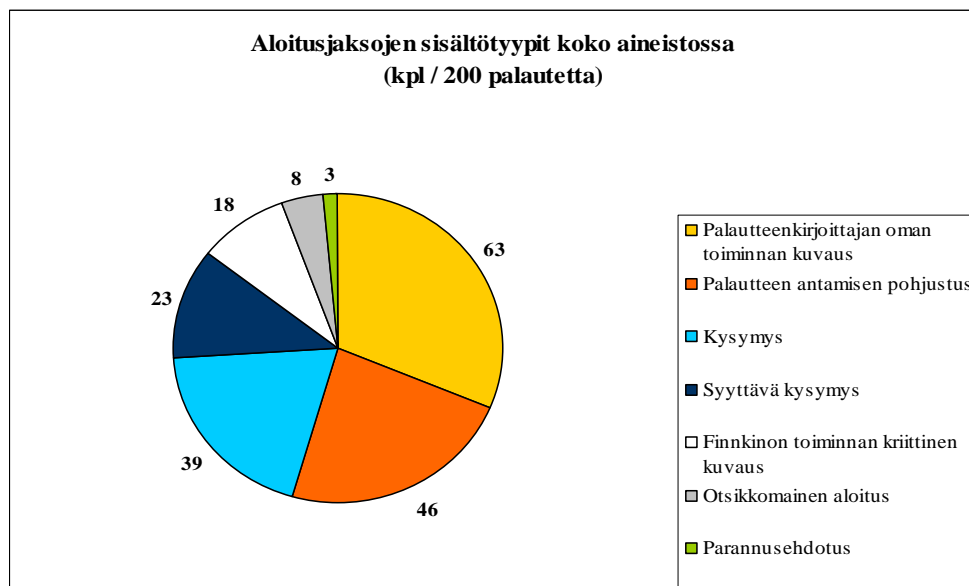
Kuvioita 2 ja 3 verrattaessa nähdään, että selvin ero KLP- ja TPP-aineistojen välillä on se, että Kinolippu-palautteiden aloitusjaksot ovat tyypillisesti kysymyksiä, kun taas teatteripalvelupalautteiden aloitusjaksot ovat tyypillisesti palautteenkirjoittajien oman toiminnan kuvauksia. Tämän eron voidaan katsoa johtuvan palautteen kirjoittamista edeltävien asiakaspalvelutilanteiden erilaisuudesta: KLP:iden kysymysaloitusjaksojen yleisyys johtuu siitä, että puhelinasiointi herättää enemmän kysymyksiä kuin kasvokkain koetut asiakaspalvelutilanteet, joista TPP:ita kirjoitetaan. Puhelinasiointiprosessi lienee myös useimmiten kestoiltaan lyhyempi kuin kasvokkainen asiakaspalvelutilanne elokuvateatterissa, jolloin kysymyksiä saattaa herätä puhelun jo päättyttyä enemmän. Teatteripalvelupalautteiden kirjoittajat ovat mahdollisesti jo esittäneet ja saaneet vastaukset kysymyksiinsä kas-

vokkaistilanteessa, jolloin kysymyksiä ei enää niinkään tarvitse esittää palautetta kirjoitettaessa.

Koska teatteripalvelupalautetta kirjoitetaan asiakaspalvelutilanteesta, jossa kirjoittaja on ollut henkilökohtaisesti kasvotusten asiakaspalvelijan kanssa, oman toiminnan kuvaaminen lienee helpoin ja luonnollisin tapa aloittaa vastaanottajan johdattelu palautteen aiheeseen. Tämä lienee syy siihen, että oman toiminnan kuvaus on selvästi yleisin aloitusjaksotyyppi TPP-aineistossa.

Otsikkomainen aloitus ja parannusehdotus ovat kaksi harvinaisinta aloitusjaksotyyppiä molemmissa osa-aineistoissa. Otsikkomaisia aloitusjaksoja on molempien osa-aineistojen aloitusjaksoista vain 4 %. Parannusehdotuksia on KLP:iden aloitusjaksoista 2 % ja TPP:iden aloitusjaksoista 1 % .

Kuvio 4 esittää aloitusjaksojen sisältötyyppien kappalemääräisen jakautumisen koko tutkimusaineistossa eli molemmissa osa-aineistoissa yhteensä:



Kuvio 4. Aloitusjaksojen sisältötyypit koko aineistossa.

Kuviosta 4 nähdään, että palautteenkirjoittajan oman toiminnan kuvaus on tyypillisin aloitusjaksojen sisältötyyppi koko aineistossa. Sitä on kaikista aloitusjaksotyypeistä hieman alle kolmasosa. Vajaa neljännes palautteenkirjoittajista käyttää aloitusjaksona palautteen antamisen pohjustusta. Kysymyksiä aloitusjaksona käyttää hieman alle viidesosa palautteenkirjoittajista.

Otsikkomainen aloitus ja parannusehdotus ovat myös koko aineistossa harvinaisimpia aloitusjaksotyyppejä.

4.3. Keskikohta

Aristoteles toteaa draaman keskikohdasta seuraavaa:

– – *keskikohdan sekä edellä että jäljessä on jotakin muuta.*
(Aristoteles [1982]: 27.)

Tekstin keskikohta on siis tekstin osa, joka on alun ja lopun välissä. Myös asiakaspalautteessa keskikohta seuraa aloitusjaksoa ja päättyy siihen, mistä palautteen seuraava rakenneosat eli loppu alkaa. Palautteen keskikohta käsittää siten alun ja lopun välisen juoksevan tekstin, joka muodostuu pääasiassa kokonaisista lauseista ja virkkeistä. Tekstin keskikohtaa ei ole tässä tutkimuksessa jaoteltu pienempiin rakenteellisiin osiin, koska palautteiden keskikohtien tarkempi tarkastelu jää tämän tutkimuksen ulkopuolelle. Tämän tutkimuksen kiinnostuksen kohteina ovat erityisesti palautteiden alku ja loppu, sillä ne ovat palautteiden rakenneosat, joissa palautteenkirjoittajat selvimminkin luovat kontaktia vastaanottajaan.

Taulukko 6 kuvaa asiakaspalautteiden keskikohtien sanamääräisiä pituuksia tutkimusaineistossa:

Aineisto	Pisin keskikohta	Lyhyin keskikohta	Keskikohtien keskiarvopituus
KLP-aineisto	720	3	45,3
TPP-aineisto	381	8	74,9
Koko aineisto	720	3	60,1

Taulukko 6. Asiakaspalautteiden keskikohtien sanamääräinen pituus (sanaa/keskikohta).

Taulukko 6 osoittaa, että palautteen keskikohta on pääsääntöisesti asiakaspalautteen pisin rakenneosat niin Kinolippu- kuin teatteripalvelupalautteissa-

kin. Palautteiden keskikohtien sanamääräisten pituuksien hajonta on suuri: koko aineiston lyhyin keskikohta on pituudeltaan kolme sanaa ja pisin 720 sanaa.

Muiden rakenneosien tapaan, myös palautteen keskikohta muodostaa itsenäisen, loogisen ajatuskokonaisuutensa. Palautteen keskikohta on palautteen osa, jossa käsitellään palautteen topiikkia. Keskikohdassa palautteenkirjoittajat jatkavat aloitusjaksossa aloittamansa asian tarkempaa kielentämistä: keskikohdassa palautteen topiikista esimerkiksi väitetään jotakin, ja lisäksi sitä selitetään sekä perustellaan (KLP 41 ja TPP 42):

(KLP 41) *Hei, Olimme tyttöystävän kanssa varanneet puhelimitse liput lauantaina(12.03.2005) Tampereelle plevnassa, merisisälläni (20:30) näytökseen. **Kinolipun asiakaspalvelijalla taisi olla kiire tauolle tai jotain, sillä liput olivat menneet väärään leffan ja teatterilla saimme paikat lopulta eturiviin... Harmittaa, kun kuitenkin olimme varanneet toiset paikat takaa. Lisäksi leffan ääniraidassa tai jossain oli **TODELLA** häiritsevä "rätinä" tms. häiriö. Mukava leffailta meni siinä piloille, ei ole minusta kovinkaan kiva maksaa 9 euroa lipusta ja sitten todeta tuollaista. Koimme siinä menneen 18 euroa kankkulan kaivoon. Yleensä olemme olleet tyytyväisiä finnkinnon toimintaan, kiitos siitä!***

(TPP 42) *Miksi sarjaliput ovat voimassa niin lyhyen aikaa? **Sarjalippujen ostohan tulee olemaan aina riskialtista puuhaa, koska kukaan ei voi taata, että puolen vuoden aikana tulee riittävän monta katsomisen arvoista elokuvaa. Esim. vuoden voimassaoloaika (6 lippua) pienentäisi riskiä merkittävästi. Olen keskustellut tästä jo menesti lippuluukullanne Tennispalatsissa. En jaksa uskoa, että Finnkinno on hyötynyt käyttämättä jääneistä sarjalipuista niin paljon, että nykyinen lyhyt voimassaoloaika tulee perustelluksi. Tässä palaute mietittäväksi.***

Keskikohta on molempien osa-aineistojen kaikissa palautteissa, joten se on asiakaspalautteen pakollinen rakenne-elementti. Taulukosta 6 voidaan nähdä, että Kinolippu- ja teatteripalvelupalautteet eroavat niiden keskikohtien sanamääräisessä pituudessa. TPP:iden keskikohdat ovat keskimäärin lähes kaksi kolmasosaa KLP:iden keskikohtia pidempiä. KLP:iden ja

TPP:iden keskikohtien sanamääräinen pituusero vaikuttaa siten myös niiden keskimääräiseen kokonaispituuden eroon.

Osa-aineistojen palautteiden keskikohtien pituuseron syytä ei voida tietenkään aukottomasti selittää. Pituuseron voidaan kuitenkin ajatella johtuvan siitä, että TPP:t ovat keskimääräisesti sanamäärältään KLP:ita pidempiä, mikä johtunee edelleen KLP:iden ja TPP:iden kirjoittajien erilaisista asiakaspalvelukokemuksista. Elokvateattereissa koettuja asiakaspalvelutilanteita kuvaillaan usein tarkemmin ja siten myös laajemmin kuin puhelimessa koettuja asiakaspalvelutilanteita. Tähän lienee edelleen syynä se, että teatteripalvelupalautteiden kirjoittajat kuvailevat asiakaspalvelutilanteita sekä auditiivisten että visuaalisten kokemustensa pohjalta, kun taas Kinolippu-palautteiden kirjoittajat kuvailevat asiakaspalvelutilanteita ainoastaan auditiivisten kokemustensa pohjalta. (Ks. myös luku 4.1.) Keskikohta on siis se palautteen osa, jossa osa-aineistojen sanamääräinen keskiarvopituuden ero muodostuu.

4.4. Loppu: lopetusjakso ja lopputervehdys

Aristoteles on hahmotellut draaman lopun määritelmän seuraavanlaiseksi:

Loppu – – seuraa luonnon järjestyksen mukaan jotakin muuta joko sen välttämättömänä tai tavallisimpana seurauksena, mutta sen jälkeen ei tule mitään; – –. (Aristoteles [1982]: 27.)

Loppu on rakenneosa, joka seuraa alkua ja keskikohtaa ja päättää tekstin. Loppu päättää myös asiakaspalautteen. Tutkimusaineiston palautteiden loppu käsittää lopetusjakson ja mahdollisen lopputervehdyksen. Asiakaspalautteen lopulla on alun ja keskikohdan tapaan oma tehtävänsä palautteessa. **Lopetusjakso** seuraa palautteen keskikohtaa, ja lopputervehdys seuraa lopetusjaksoa. Palautteen loppu voi muodostua joko lopetusjaksosta ja lopputervehdyksestä tai pelkästä lopetusjaksosta. Lopetusjakson tehtävä on osoittaa palautteen vastaanottajalle, että varsinaisen asian käsittely on päättynyt. Lopetusjakso summaakin usein palautteen keskikohdassa esitetyn asian lyhyes-

ti ja ytimekkäästi sekä johdattelee vastaanottajan palautteen loppuun ja siellä mahdollisesti esiintyvään lopputervehdykseen. Lopetusjakso siis päättää varsinaisen palautteen aiheen käsittelyn.

Taulukko 7 kuvaa asiakaspalautteiden lopetusjaksojen sanamääräisiä pituuksia tutkimusaineistossa:

Aineisto	Pisin lopetusjakso	Lyhyin lopetusjakso	Lopetusjaksojen keskiarvopituus
KLP-aineisto	28	1	10,1
TPP-aineisto	35	1	14,8
Koko aineisto	35	1	12,5

Taulukko 7. Asiakaspalautteiden lopetusjaksojen sanamääräinen pituus (sanaa/lopetusjakso).

Taulukosta 7 nähdään, että molempien osa-aineistojen lyhyimmät lopetusjaksot ovat vain yhden sanan mittaisia. KLP-aineiston pisin lopetusjakso on 28 sanan mittainen, ja TPP-aineiston pisin lopetusjakso on 35 sanan mittainen. Osa-aineistojen pisimpien lopetusjaksojen pituusero on 7 sanaa. TPP:iden lopetusjaksot ovat keskimääräiseltä sanamäärältään 46,5 % KLP:iden lopetusjaksoja pidempiä. Näin ollen osa-aineistojen palautteiden kokonaispituuseroon vaikuttaa osa-aineistojen palautteiden keskikohtien pituuseron lisäksi myös niiden lopetusjaksojen välinen keskimääräinen pituusero.

Lopetusjakso on kaikissa tutkimusaineiston asiakaspalautteissa, joten se on asiakaspalautteen pakollinen rakenne-elementti. Lopetusjaksot voidaan tutkimusaineiston perusteella jakaa kolmeen rakennetyyppiin: lopetusjakso voi muodostua yhdestä tai kahdesta kokonaisesta virkkeestä, tai se voi olla epätäydellinen virke. Lopetusjaksojen jakautuminen näihin rakennetyyppeihin näkyy taulukosta 8:

Aineisto	1 kokonainen virke lopetusjaksona	2 kokonaista virkettä lopetusjaksona	Epätäydellinen virke lopetusjaksona
KLP-aineisto	89 (89,0 %)	6 (6,0 %)	5 (5,0 %)
TPP-aineisto	74 (74,0 %)	17 (17,0 %)	9 (9,0 %)
Koko aineisto	163 (81,5 %)	23 (11,5%)	14 (7,0 %)

Taulukko 8. Asiakaspalautteiden lopetusjaksotyypit (kpl/aineisto).

Taulukko 8 osoittaa, että yhden virkkeen mittaiset lopetusjaksot ovat tyypillisimpiä lopetusjaksoja molempien osa-aineistojen palautteissa (KLP 43 ja TPP 44):

(KLP 43) *Yleensä palvelu on ollut moitteetonta, mutta tällä kertaa kohdalleni osui elämäänsä tympääntyneitä asiakaspalveluun sopimattomia naishenkilöitä kaksin kapplein!*

(TPP 44) *Olen erittäin pettynyt Plevnan asiakaspalveluun ja toivon jonkinlaista korvausta lauantai-illan täydelliseen epäonnistumiseen*

Yhden kokonaisen virkkeen muodostamien lopetusjaksojen osuus on hieman yli neljä viidesosaa koko aineiston lopetusjaksotyypeistä: KLP-aineistossa yhden virkkeen mittaisia lopetusjaksoja on lähes yhdeksän kymmenestä ja TPP-aineistossa yli seitsemän kymmenestä.

Molempien osa-aineistojen palautteiden toiseksi tyypillisin lopetusjaksotyyppi on kahdesta virkkeestä muodostuva lopetusjakso (KLP 45 ja TPP 46):

(KLP 45) *Tämä on yliopistokaupunki, ja täällä on paljon elokuvaharrastusta. Tuntuu sitä paitsi odottamattomalta, että valtavan ennakkopuffauksen saaneet filmit, kuten äsken mainitsemani, vain piipahtavat nähtävänä.*

- (TPP 46) *Jos olisitte oikein fiksuja olleet ja halunneet asiakas-
kaanne tyytyväisiksi, niin olisitte voineet osoittaa
pahoittelunne jakamalla odottelun aikana yleisölle
(sitä kun ei hirveästi ollut) esimerkiksi popcornia
tai elokuvajulisteita. Hävetkää!*

Kahden virkkeen muodostamia lopetusjaksoja on koko tutkimusaineiston lopetusjaksoista hieman yli kymmenesosa. Taulukosta 8 nähdään, että näitä kahden virkkeen muodostamia lopetusjaksoja on TPP-aineistossa lähes kolme kertaa enemmän kuin KLP-aineistossa.

Epätäydellinen virke lopetusjaksona on palautteiden selvästi harvinaisin lopetusjaksotyyppi. Koko aineistossa tätä lopetusjaksotyyppiä on 7 %, ja sitä on myös molemmissa osa-aineistoissa alle kymmenesosa (KLP 47 ja TPP 48):

- (KLP 47) *Kummallinen käsitys myynninedistämisestä...*

- (TPP 48) *Tässä palaute mietittäväksi.*

Asiakaspalautteiden lopetusjaksot voidaan molempien osa-aineistojen perusteella jakaa kuuteen erilaiseen tyyppiin niiden sisällön mukaan. Lopetusjakso voi olla 1) palautteen antamista perusteleva toteamus, 2) muutosvaade tai toivomus, 3) Finnkino Oy:n toimintaa kritisoiva huomio, 4) ihmettelevä kysymys, 5) kiitos ja/tai toivotus tai 6) sympatiaa tavoitteleva toteamus.

Palautteen antamista perusteleva toteamus kiteyttää asiakaspalvelutilanteessa tapahtuneen. Palautteenkirjoittajat saattavat myös esittää johtopäätöksensä tapahtuneesta tai kuvailla mahdollisia jatkotoimiaan (KLP 49 ja TPP 50):

- (KLP 49) *Minusta, kuten ei varmaan myöskään muista asiakas-
kaista, tämä ei ollut kohteliasta puhelinkäyttäyty-
mistä, eikä varmasti edistä lipunmyyntiänne.*

- (TPP 50) *Jos tällainen paska palvelu jatkuu, niin vaihdan ko-
konaan teatteria.*

Molemmat palautteenkirjoittajat esittävät lopetusjaksossa vastaanottajalle syyn palautteen kirjoittamiselle. Esimerkissä KLP 49 palautteenkirjoittaja

esittää palautteen kirjoittamisen syyn lisäksi myös johtopäätöksensä kielteisestä asiakaspalvelukokemuksestaan. Palautteenkirjoittaja myös perustelee tätä johtopäätöstään vetoamalla omaan, huonoon kokemukseensa ja yleisämällä tämän kokemuksen koskemaan myös muita asiakkaita. Kun palautteenkirjoittaja tekee kokemuksestaan kollektiivisen, hän tehostaa vastaanottajan kasvojen uhkaamista. Esimerkissä TPP 50 palautteenkirjoittaja esittää vastaanottajalle palautteen kirjoittamisen syyn lisäksi suoran uhkauksen ja hyökkää siten vastaanottajan kasvoja vastaan. Uhkauksella palautteenkirjoittaja pyrkii tehostamaan palautteensa vaikutusta vastaanottajaan.

Muutosvaade tai -toivomus lopetusjaksona on palautteenkirjoittajan vaatimus tai toive Finnkino Oy:n palvelun parantamiseksi tai muuttamiseksi (KLP 51 ja TPP 52):

(KLP 51) *Vaadinme kirjallista palautetta asiasta.*

(TPP 52) *Pudottakaa lippujen hinta pysyvästi tuonne 5 euron tietämille, niin sen jälkeen meidänkin perhe alkaa käymään leffoissa enemmän kuin kerran vuodessa ja lapset saavat hyvän mielen useammin...*

Kun palautteenkirjoittajat vaativat vastaanottajalta toimia palvelun parantamiseksi, he hyökkäävät vastaanottajan ja Finnkino Oy:n kasvoja vastaan puuttumalla niiden toimintaan. KLP 51 -esimerkissä palautteenkirjoittajat vaativat vastaanottajalta vastausta palautteeseensa ja esittävät vaatimuksensa hyvin tyylysti ja epäkohteliaasti. Palautteenkirjoittajat eivät anna vastaanottajalle mahdollisuutta kieltäytyä vastaamasta heille. TPP 52 -esimerkissä palautteenkirjoittaja syyttää Finnkino Oy:tä liian korkeista lipunhinnoista ja siitä, että hänen perheensä on mahdollista käydä elokuvissa vain hyvin harvoin. Lisäksi palautteenkirjoittaja syyttää vastaanottajaa epäsuorasti siitä, että perheen lapsilla on paha mieli. Esitettyjen syytösten ja hinnanalennuskäskyn vuoksi vastaanottajan kasvot ovat selvästi uhatut.

Lopetusjaksossa, jossa kritisoidaan Finnkino Oy:n toimintaa, palautteenkirjoittaja esittää kriittisen tai arvostelevan mielenilmauksen yrityksen toimintatavoista. Tällainen palaute sisältää myös palautteenkirjoittajan mielipiteen siitä, että palvelussa on parantamisen varaa (KLP 53 ja TPP 54):

(KLP 53) *kiitos vaan, kun ette vastannut ollenkaan edelliseen palautteeseeni koskien nettilipunvarausongelmia elokuvaan onnen varjot!*

(TPP 54) *Teatterihenkilökunta käski vaan laittaa tänne kysymyksiä, kun niitä ei ite kiinnosta tehdä asioille mitään!!!*

Esimerkeissä KLP 53 ja TPP 54 palautteenkirjoittajat osoittavat turhautuneisuutensa asiakaspalveluun ja Finnkino Oy:n toimintatapoihin. Esimerkissä KLP 53 palautteenkirjoittajan kyllästynyt suhtautuminen palautteiden käsittelijöihin näkyy sarkastisesta *kiitos vaan* -ilmauksesta. Palautteenkirjoittaja kokee, ettei hänen aiemmin antamaansa asiakaspalautteeseen ole vaivauduttu vastaamaan. Arvostelemalla yrityksen toimintaa sarkastisesti hän loukkaa palautteen vastaanottajaa ja hyökkää siten tämän ja Finnkino Oy:n kasvoja vastaan. Esimerkissä TPP 54 palautteenkirjoittaja arvostelee asiakaspalvelijoiden toimintaa ja syyttää näitä huonosta palvelusta. Palautteenkirjoittaja kokee, että syy huonoon palveluun on ollut elokuvateatterin asiakaspalvelijoiden välinpitämättömyys. Tämä asiakaspalvelijoiden toiminnan arvosteleminen on palautteenkirjoittajan selvä hyökkäys Finnkino Oy:tä kohtaan.

Ihmettelevä kysymys on palautteenkirjoittajan Finnkino Oy:n toimintaa oudoksuva kysymys, joka liittyy kirjoittajan kielteisesti kokemaan asiakaspalveluun. Myös ihmettelevä kysymys lopetusjaksona osoittaa selvästi muiden lopetusjaksojen tavoin vastaanottajalle, että palautteenkirjoittaja on tullut mielestään väärin kohdelluksi (KLP 55 ja TPP 56):

(KLP 55) *Pitääkö tästä lähin nauhoittaa joka varauspuhelu, jotta voimme todistettavasti näyttää toteen, että palvelu on joko puutteellista tai perustuu kokonaan väärään tietoon.*

(TPP 56) *Tämäkö on teidän tapanne toimia ?*

Esimerkkien KLP 55 ja TPP 56 palautteenkirjoittajat osoittavat kysymyksillään, että he ovat tuhtuneita asiakaspalveluun ja yrityksen toimintaan. Esimerkissä KLP 55 palautteenkirjoittaja kokee tulleensa kaltoin kohdelluksi.

Hän kokee myös joutuvansa todistamaan, että yrityksen lipunvarauspalvelu ei ole asianmukainen. Palautteenkirjoittaja hyökkää suoraan vastaanottajan kasvoja kohtaan syyttämällä palvelua puutteelliseksi tai valheelliseksi. TPP 56 -esimerkissä palautteenkirjoittaja kyseenalaistaa Finnkino Oy:n toimintatavan. Se, miten palautteenkirjoittaja esittää kysymyksensä, on vastaanottajan kasvoja selvästi uhkaavaa: kyseenalaistamalla yrityksen toimintatavan ja antamalla ymmärtää, että muitakin toimintatapoja olisi olemassa, palautteenkirjoittaja puuttuu yrityksen tekemisiin ja uhkaa näin ollen sen kasvoja.

Kiitos ja/tai toivotus on palautteen lopetusjakso, jossa kirjoittaja kiittää vastaanottajaa jostakin ja/tai toivottaa tälle jotakin (KLP 57 ja TPP 58):

(KLP 57) – – *On kummallista, että Kinolipun muuten niin mainiot asiakaspalvelijat eivät osaa vastata tähän kysymykseeni. **Kiitos ja hyvää kevättä!***

(TPP 58) – – *Kun teatterisa ehdotin asiaa lipunmyyntiin työtölle jo viime kesänä, he lupasivat tehdä asiasta ilmoituksen. Eipä näy vaikuttaneen mitään... **Kiitos vaan.***

Esimerkistä KLP 57 nähdään, että vaikka palautteenkirjoittaja antaa yritykselle kielteistä palautetta ja uhkaa siten sen kasvoja, kielteisenkin asiakaspalautteen lopetusjakso voi silti olla kohtelias ja ystävällinen. Kielteisen palautteen kirjoittaja voi tällaisella kohteliaalla kiitoksella ja toivotuksella osoittaa vastaanottajalle, että kielteisyys ei henkilöidy suoraan vastaanottajaan, vaan kielteinen palaute on tarkoitettu pikemminkin rakentavaksi kannanotoksi Finnkino Oy:lle. Kiittämällä vastaanottajaa ja toivottamalla tälle jotakin palautteenkirjoittaja osoittaa halunsa ylläpitää myönteistä vuorovaikutusta vastaanottajan kanssa.

Kiitos voi tekstikontekstin perusteella olla myös sarkastinen, kuten esimerkki TPP 58 osoittaa. Palautteenkirjoittaja osoittaa olevansa pettynyt palveluun, ja *kiitos vaan* -ilmauksen avulla hän osoittaa, että mitään aihetta kiittämiseksi ei tosiasiaa olisi. Tällä sarkastisella kiitoksella palautteenkirjoittaja osoittaa vastaanottajalle, että asiakaspalveluhenkilökunta ei tee työtään, ja siten hän hyökkää vastaanottajan kasvoja vastaan.

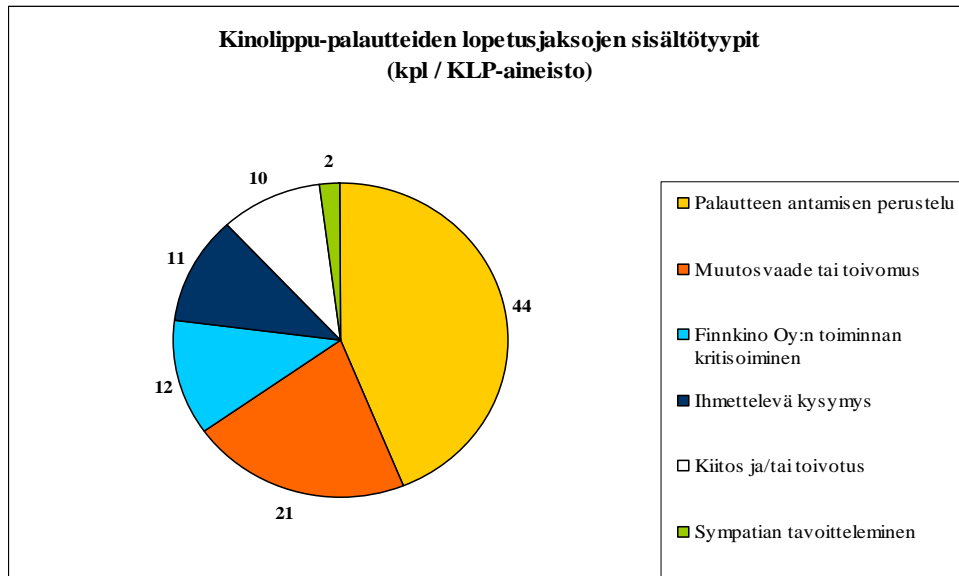
Sympatiaa tavoittelevassa lopetusjaksossa palautteenkirjoittaja esittää jonkinlaisen affektiivisen väitteen, jolla hän pyrkii vetoamaan vastaanottajan tunteisiin ja saavuttamaan tämän sympatian (KLP 59 ja TPP 60):

(KLP 59) *Eihän tämä periaatteessa paha asia ole, mutta sen takia meni pikkusiskon syntymäpäivät pilalle...*

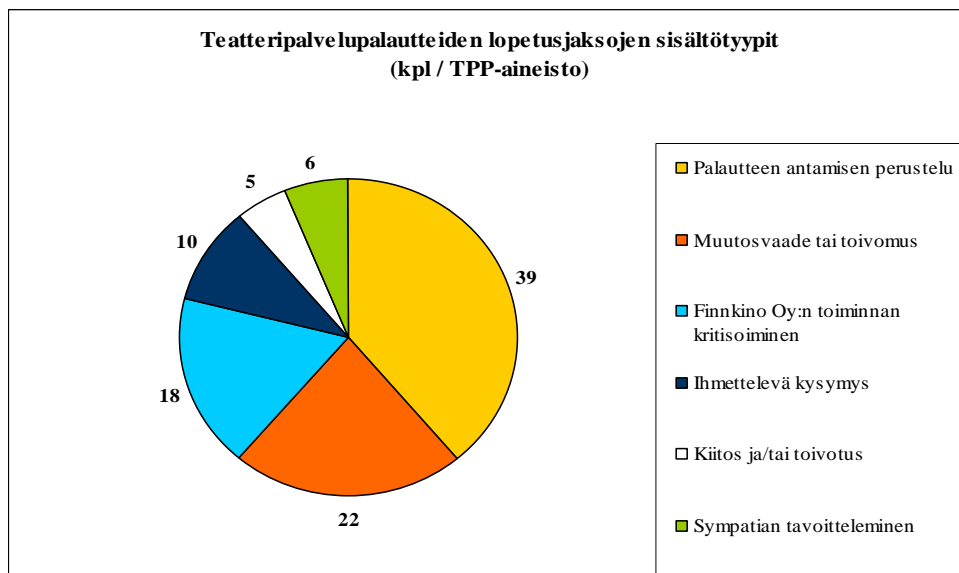
(TPP 60) *Lapset olivat pettyneitä, kun enää ei rahaa ollutkaan (kalliisiin) karkkeihin.*

Sympatian tavoittelemisen voi olla kahdenlaista, kuten esimerkit KLP 59 ja TPP 60 osoittavat. Esimerkissä KLP 59 palautteenkirjoittaja tavoittelee selvästi vastaanottajan sympatiaa, mutta osoittaa myös ymmärrystä Finnkino Oy:n toimia kohtaan. Vastaanottajan kasvoja uhataan viittaamalla johonkin, palautteessa aiemmin esitettyyn Finnkino Oy:n toiminnan epäkohtaan, josta palautteenkirjoittajan sisarelle on aiheutunut haittaa ja mielipahaa. Esimerkissä TPP 60 palautteenkirjoittaja ei puolestaan osoita minkäänlaista myötätuntoa yrityksen toimia kohtaan, vaan tavoittelee sympatiaa vain itselleen. Palautteenkirjoittaja hyökkää vastaanottajan kasvoja kohtaan toteamalla, että elokuvateatterin makeisten hinta on liian korkea. Arvostelun kohteena on Finnkino Oy:n toiminta, ja siten palautteenkirjoittaja uhmaa paitsi vastaanottajan, myös yrityksen kasvoja.

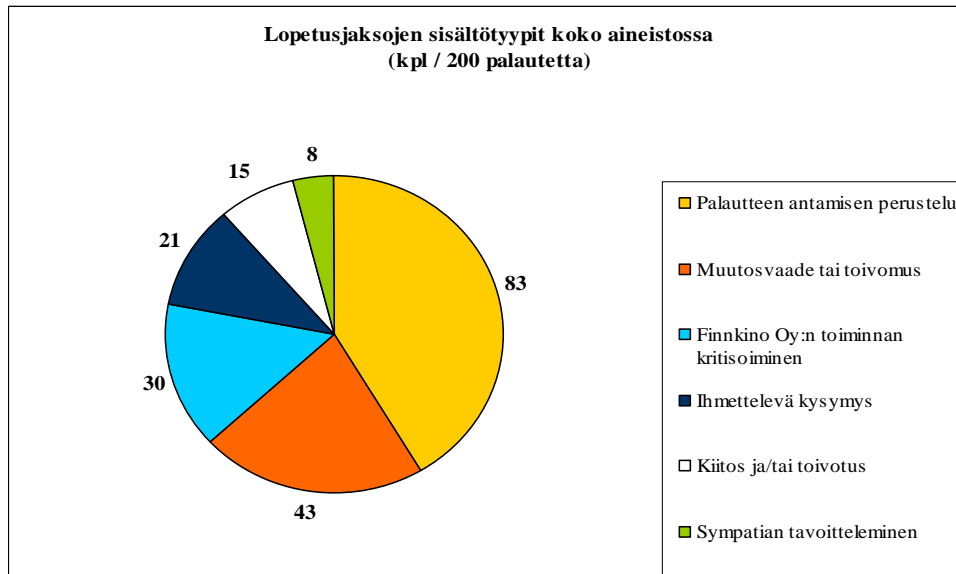
Kuvio 5 esittää lopetusjaksojen sisältötyyppien kappalemääräisen jakautumisen KLP-aineistossa, kuvio 6 niiden jakautumisen TPP-aineistossa ja kuvio 7 niiden jakautumisen koko aineistossa:



Kuvio 5. Kinolippu-palautteiden lopetusjaksojen sisältötyypit.



Kuvio 6. Teatteripalvelupalautteiden lopetusjaksojen sisältötyypit.



Kuvio 7. Lopetusjaksojen sisältötyypit koko aineistossa.

Kuviot 5–7 osoittavat, että lopetusjaksojen sisältötyypit jakautuvat määrällisesti hyvin samansuuntaisesti molemmissa osa-aineistoissa: osa-aineistot eroavat toisistaan ainoastaan kahden vähiten esiintyvän sisältötyypin – kiitoksen ja/tai toivotuksen sekä sympatian tavoittelun – kohdalla. Osa-aineistojen lopetusjaksojen jakautumisessa sisältötyyppeihin on siten vain vähän määrällistä eroavaisuutta. Palautteen antamisen perustelu on tutkimusaineiston palautteissa selvästi tavallisin lopetusjaksotyyppi. Se käsittää koko aineiston kaikista lopetusjaksotyypeistä hieman yli kaksi viidesosaa. Palautteenkirjoittajat siis haluavat useimmiten kiteyttää palautteen kirjoittamisen syyn vielä palautteen lopussa. Kirjoittajat haluavat osoittaa, että palautteen antamisen syy on tärkeä.

Koko aineiston toiseksi yleisin lopetusjaksotyyppi on palautteenkirjoittajan palautteen vastaanottajalle esittämä muutosvaade tai -toivomus palvelun tai toiminnan parantamiseksi. Tämä lopetusjaksotyyppi esiintyy hieman yli viidesosassa koko aineiston palautteita. Palautteessa esitetyt argumentit perustelevat palautteenkirjoittajan palautteen lopussa esittämää muutosvaadetta tai -toivomusta. Palautteenkirjoittaja haluaa palautteessa esittämiensä perusteluiden selvästi osoittavan vastaanottajalle, että osoitetuille epäkohdille olisi tärkeää tehdä jotakin. Muutosvaade tai -toivomus on aloitusjaksojen parannusehdotusta käskemämpi ja siten myös sävyiltään tyylympi. Aloitusjak-

sojen parannusehdotuksilla ja lopetusjaksojen muutosvaateilla on kuitenkin yhteinen päämäärä – niillä pyritään saamaan aikaan muutos Finnkino Oy:n toiminnassa. Kuten aloitusjaksotyyppien tarkastelusta käy ilmi (ks. kuvio 4), muutoksen ehdottaminen tai vaatiminen ei tyypillisesti kuulu palautteen alkuun, vaan sen loppuun (ks. kuvio 7). Parannusehdotuksia on koko aineiston aloitusjaksoista vain 1,5 %, kun taas muutosvaateita tai -toivomuksia on koko aineiston lopetusjaksoista 21,5 %.

Jos palautteenkirjoittaja ei esitä palautteen lopussa perustelua palautteen antamiselle tai muutosvaadetta tai -toivomusta, hän mitä todennäköisimmin kritisoi Finnkino Oy:n toimintaa jollakin tavalla. Finnkino Oy:n toiminnan kritisoiminen on koko aineiston kolmanneksi yleisin lopetusjaksotyyppi, jota on 15 % lopetusjaksotyypeistä. Myös Finnkino Oy:n toimintaa kritisoiva lopetusjaksotyyppi on muutosvaateen tai -toiveen tavoin palautteenkirjoittajan osoitus siitä, että yrityksen toiminnassa tulisi tapahtua muutos parempaan. Kirjoittaja ei kuitenkaan toiminnan kritisoimisen lisäksi esitä palautteen lopetusjaksossa selvää toimintaohjetta tai -toivetta, jolla yrityksen toiminta paranisi. Näin ollen yrityksen toimintaa kritisoiva lopetusjaksotyyppi eroaa siis sisällöltään muutosvaateista tai -toiveista.

Ihmettelevä kysymys on sekä KLP- että TPP-aineistossa neljänneksi yleisin lopetusjaksotyyppi. Niitä on kaikista lopetusjaksojen sisältötyypeistä noin kymmenesosa. Kiitos ja/tai toivotus lopetusjaksone esiintyy 7,5 %:ssa koko aineiston palautteita. Sympatian tavoittelu esiintyy 4 %:ssa koko aineiston lopetusjaksoista. Nämä kolme harvinaisempaa lopetusjaksotyyppiä eivät siis ole kovinkaan tyypillisiä asiakaspalautteissa, sillä niitä on yhteenlaskettunakin vain hieman yli viidesosa koko aineiston lopetusjaksoista.

Asiakaspalautteiden loppu voi lopetusjakson lisäksi käsittää **lopputervehdyksen**. Taulukko 9 osoittaa lopputervehdysten määrän tutkimusaineistossa:

Aineisto	Lopputervehdysten määrä
KLP-aineisto	20 (20,0 %)
TPP-aineisto	23 (23,0 %)
Koko aineisto	43 (21,5 %)

Taulukko 9. Lopputervehdysten määrä asiakaspalautteissa (kpl/aineisto)

Taulukosta 9 käy ilmi, että lopputervehdys on asiakaspalautteen valinnainen rakenne-elementti, sillä sitä ei ole kaikissa tutkimusaineiston palautteissa: vain reilussa viidesosassa tutkimusaineiston palautteita on lopputervehdys.

Asiakaspalautteiden lopputervehdykset voidaan jakaa kolmeen erilaiseen tyyppiin. Ensinnäkin lopputervehdys voi olla tervehdyssanan ja kirjoittajan nimen ja/tai yhteystietojen yhdistelmä (KLP 61 ja TPP 62):

(KLP 61) *terveisin, Etunimi Sukunimi, Oulu
etunimi.sukunimi@gmail.com*

(TPP 62) *Ystävällisin terveisin Etunimi Sukunimi
osoite
puh.nro*

Toiseksi lopputervehdys voi olla pelkkä palautteenkirjoittajan nimi, jolloin palaute päättyy joko kirjoittajan etunimeen ja/tai sukunimeen. Kolmas lopputervehdystyyppi on palautteenkirjoittajan nimimerkki (KLP 63 ja TPP 64):

(KLP 63) *”hyvitystä odottaen”*

(TPP 64) *Ihmettelevä elokuvien katselija*

Taulukko 10 kuvaa lopputervehdystyyppien jakautumisen tutkimusaineistossa:

Aineisto	Tervehdyssana ja kirjoittajan nimi ja/tai yhteystiedot	Kirjoittajan nimi	Kirjoittajan nimimerkki	Loppu-tervehdystyypit yhteensä
KLP-aineisto	17 (80,9 %)	3 (14,3 %)	1 (4,8 %)	21 (100,0 %)
TPP-aineisto	17 (74,0 %)	1 (4,3 %)	5 (21,7 %)	23 (100,0 %)
Koko aineisto	34 (77,3 %)	4 (9,1 %)	6 (13,6 %)	44 (100,0 %)

Taulukko 10. Asiakaspalautteiden lopputervehdystyypit (kpl/aineisto).

Taulukosta 10 nähdään, että tutkimusaineiston selvästi yleisin lopputervehdystyyppi on tervehdyssanan ja kirjoittajan nimen ja/tai yhteystietojen yhdistelmä. Sen osuus koko aineiston lopputervehdyksistä on lähes neljä viidesosaa. Kaksi muuta tervehdystyyppiä ovat selvästi edellistä tyyppiä harvinaisempia. Kirjoittajan nimimerkki on koko aineistossa ja TPP-aineistossa toiseksi yleisin lopputervehdystyyppi. Kirjoittajan nimi on KLP-aineistossa toiseksi yleisin lopputervehdystyyppi, mutta koko aineistossa sitä esiintyy kaikkein vähiten.

Alkutervehdyksen tavoin lopputervehdyksellä on oma eriytynyt tehtävänsä asiakaspalautteessa. Jos palautteessa on lopputervehdys, se päättää asiakaspalautteen. Lopputervehdys on alkutervehdyksen tavoin osoitus palautteenkirjoittajan halusta ylläpitää vuorovaikutusta itsen ja vastaanottajan välillä. Tutkimusaineiston perusteella tämä lopputervehdyksen avulla ylläpidettävä vuorovaikutuksellisuus on kuitenkin vähäistä koko aineistossa. Lopputervehdysten vähäinen määrä kertoo siitä, että palautteenkirjoittajat eivät ehkä ajattele asiakaspalautteen vaativan vuorovaikutuksen osoittamista lopputervehdyksellä. Lopputervehdys saattaa toisaalta puuttua palautteista myös siksi, että asiakaspalautteita ei mielletä kirjjemäisiksi, lopputervehdystä vaativiksi teksteiksi, koska niiden vastaanottajaa ei tunneta.

Taulukko 11 kuvaa alku- ja lopputervehdysten määrän tutkimusaineistossa:

Aineisto	Pelkkä alkutervehdys	Pelkkä lopputervehdys	Alku- ja lopputervehdys
KLP-aineisto	26 (26,0 %)	10 (10,0 %)	10 (10,0 %)
TPP-aineisto	19 (19,0 %)	8 (8,0 %)	15 (15,0 %)
Koko aineisto	45 (22,5 %)	18 (9,0%)	25 (12,5 %)

Taulukko 11. Alku- ja lopputervehdysten määrä asiakaspalautteissa (kpl/aineisto).

Taulukko 11 osoittaa, että sellaisia palautteita, joissa on alkutervehdys mutta ei lopputervehdystä, on vain reilu viidesosa koko aineiston palautteista. Palautteita, joissa on lopputervehdys mutta ei alkutervehdystä, on koko aineistossa alle kymmenesosa. Näin ollen alkutervehdys on selvästi lopputervehdystä yleisempi tervehdystyyppi, jos palautteessa ylipäätään on jompikumpi tervehdyksistä. Sellaisia palautteita, joissa on sekä alku- että lopputervehdys, on koko aineistossa hieman reilu kymmenesosa.

Asiakaspalautteissa vuorovaikutuksellisuutta osoitetaan selvimmin tervehtimällä vastaanottajaa, mutta vuorovaikutuksellisuutta osoitetaan myös varsinaisessa juoksevassa tekstissä. Juoksevassa tekstissä vuorovaikutus voi näkyä esimerkiksi vastaanottajan puhutteluna. Jos asiakaspalautteessa kuitenkin on sekä alku- että lopputervehdys, voidaan sanoa, että palautteen vuorovaikutuksellisuus säilyy intensiivisemmin sen alusta sen loppuun asti. Tällöin voidaan ajatella, että palautteenkirjoittajat huomioivat koko kirjoitusprosessinsa ajan tietoisemmin, että palautteella on vastaanottaja.

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan myös prosentuaalista todennäköisyyttä alku- ja lopputervehdyksen esiintymiselle samassa palautteessa. Tämä todennäköisyys osoitetaan summaamalla taulukossa 11 esitetyt pelkkien alkutervehdysten ja alku- ja lopputervehdysten lukumäärät. Tavoiteltu prosenttiluku saadaan jakamalla tämä summaluku alku- ja lopputervehdysten lukumäärällä. Siten todennäköisyys sille, että palautteessa on sekä alku- että lopputervehdys, on koko aineistossa 35,7 %: KLP:issa tämä todennäköisyys

on 27,8 % ja TPP:issa 44,1 %. Siten tutkimusaineisto osoittaa, että on todennäköistä, että palautteenkirjoittajan ja vastaanottajan välinen vuorovaikutus heikkenee palautetta kirjoitettaessa. Jos palautteessa on alkutervehdys, siinä ei useimmiten ole lopputervehdystä. Palautteidenkirjoittajat saattavat näin ollen kokea alkutervehdyksen jollakin tapaa lopputervehdystä tärkeämmäksi tai luontevammaksi.

Koska kommunikatiivisuus näyttää heikkenevän palautteen loppua kohden, on oletettavaa, että sähköistä asiakaspalautetta ei todennäköisesti mielletä henkilökohtaisesti jollekin tietylle vastaanottajalle kohdistetuksi kirjeeksi, vaan palautteeksi, jonka lukee joku tuntematon jossakin. On huomionarvoista, että teatteripalvelupalautteissa vuorovaikutuksellisuuden säilyminen on 16,3 % Kinolippu-palautteita voimakkaampaa, vaikka KLP:t ovat sanamäärältään TPP:ita keskimäärin 47 % lyhyempiä. Yksi syy tähän saattaa olla esimerkiksi se, että TPP:iden kirjoittajat mieltävät palautteen vastaanottajan konkreettisempänä henkilönä kuin puhelimesta asiakaspalvelijan kanssa asioineet KLP:iden kirjoittajat.

5. KIELTEISYYDEN KIELENTÄMINEN ASIAKASPALAUTTEISSA

Tässä luvussa tarkastellaan tutkimusaineiston asiakaspalautteiden sisältöä. Luvussa vastataan asiakaspalautteiden sisältöä koskeviin tutkimuskysymyksiin. Luvussa selvitetään, millaisia puheakteja eli kielellisiä tekoja palautteissa esiintyy, ja miten asiakaspalvelijoita nimetään palautteissa. Lisäksi luvussa tarkastellaan, miten keskustelun ja kohteliaisuuden periaatteita rikotaan asiakaspalautteissa.

5.1. Asiakaspalautteiden kielelliset teot

Tässä luvussa vastataan asiakaspalautteiden sisältöä koskevaan tutkimuskysymykseen ”Millaisia puheakteja eli kielellisiä tekoja palautteissa esiintyy?”. Tässä luvussa tarkastellaan sitä, millaisia kielellisiä tekoja palautteenkirjoittajat tekevät kirjoittaessaan asiakaspalautetta, eli millaisin modaalisin lausetyypein nämä teot reaalistuvat palautteissa.

Lausetyyppien tarkastelun lähtökohtana tässä tutkimuksessa on Hallidayn modaalisuussysteemiin kuuluvat modaaliset lausetyypit. Asiakaspalautteiden lauseet on luokiteltu modaalisiin lausetyyppihin, jotka vastaavat suoraan Austinin puheakteja. Näitä asiakaspalautteissa esiintyviä modaalisia lauseita tarkastellaan edelleen niiden saamien illokutiivisten sävyjen mukaan, jolloin ne voidaan luokitella toteamus-, käsky-, kysymys- ja huudahduslauseiksi.

Puhetekojen lisäksi tässä luvussa tarkastellaan asiakaspalautteissa esiintyviä fraasi-ilmauksia. Fraasi-ilmaukset ovat tietyissä toiminta- ja tilannetyypeissä käytettyjä sanontoja, joihin joku illokutiivisesti luonnehdittu sävy on kiteytynyt (Hakulinen – Karlsson 1979: 261). Fraasi-ilmaukset ovat siis idiomien kaltaisia vakiintuneita ilmauksia, kuten kiitos, anteeksipyyntö ja tervetuloivotus. Näitä ilmauksia käytetään tietynlaisissa tilanteissa, kuten kirjeissä, jolloin niillä on omassa kontekstissaan aina oma tehtävänsä. Fraasi-ilmaukset ovat siis myös tärkeä osa kohteliasta vuorovaikutuskäyttäytymistä.

Taulukko 12 esittää modaalisten lausetyyppien ja fraasi-ilmausten kappalemääräisen esiintymisen tutkimusaineistossa:

Aineisto	Toteamukset	Kysymykset	Käskyt	Huudahdukset	Lausetyypit yhteensä	Fraasi-ilmaukset
KLP	937 (85,3 %)	78 (7,1 %)	18 (1,6 %)	66 (6,0 %)	1099 (100,0 %)	25 (25,0 %)
TPP	1447 (88,9 %)	126 (7,7 %)	8 (0,5 %)	47 (2,9 %)	1628 (100,0 %)	23 (23,0 %)
Koko aineisto	2384 (87,4 %)	204 (7,5 %)	26 (1,0 %)	113 (4,1 %)	2727 (100,0 %)	48 (24,0 %)

Taulukko 12. Modaaliset lausetyypit ja fraasi-ilmaukset (kpl/aineisto).

Taulukko 12 osoittaa, että toteamuslause on selvästi yleisin modaalinen lausetyyppi molemmissa osa-aineistoissa. Toteamuslauseita on koko aineiston palautteista selvästi valtaosa. Näin ollen palautteenkirjoittajien yleisin kielellinen teko on toteamus (KLP 65 ja TPP 66):

(KLP 65) – – *Tosiasia lienee se, että tässä tapauksessa Finnkino olettaa asiakkaittensa olevan niin fiksuja, että rivien välistä osataan lukea kaikki se tieto, jota ei nyt jostain syystä olla tuotu muutoin julki.* – –

(TPP 66) – – *Te itsekin tiedätte tämän mutta ettehän te tietenkään asialle mitään tee, koska mielestänne se olisi enemmän tappiollista kuin kannattavaa.* – –

Tutkimusaineiston asiakaspalautteissa sanottava kielennetään pääosin kielteisten toteamusten avulla. Toteamusten suuri määrä tekee asiakaspalautteista hyvin kerronnallisia ja kuvailevia. Lappalainenkin (2004a: 345) sanoo, että usein keskusteluja kuvaa juuri kerronnallisuus. Asiakaspalautteissa kirjoittajat kuvailevat ja kertovat, mitä asiakaspalvelutilanteissa on tapahtunut, mikä niissä on ollut huonoa (ja hyvää), sekä mikä niissä on ärsyttänyt. Koska toteamuslauseet ovat palautteenkirjoittajien yleisin tapa ker-

toa asioista, asiakaspalautteet ovat tutkimusaineiston perusteella pitkälti asiakaspalvelutilanteita kuvailevia kerronnallisia selontekoja.

Palautteiden toteamuslauseet ovat sisällöltään neutraaleja, myönteisiä tai kielteisiä. Kielteisiä toteamuksista tekevät niissä käytetyt sananvalinnat. Näiden kielteisyyttä ilmentävien sananvalintojen avulla palautteenkirjoittajat hyökkäävät usein tarkoitushakuisesti ja suoraan vastaanottajan kasvoja vastaan. Vastaanottajan, asiakaspalveluhenkilöiden ja yrityksen loukkaaminen näkyy kielteisissä toteamuksissa tavallisesti siten, että niistä puuttuu hienotunteisuus. Palautteiden toteamuslauseet ovat sisällöltään tyypillisesti sellaisia, että niissä näkyy kirjoittajiensa asiakas on aina oikeassa -asenne (KLP 67 ja TPP 68):

(KLP 67) *On melko huonoa palvelua, jos liput eivät enää kelpaa...*

(TPP 68) *Te ette innosta porukkaa ollenkaan harrastamaan tätä kulttuurinalaa, jos ette tule vastaan hinnoissanne.*

Esimerkissä KLP 67 palautteenkirjoittaja tietää, että hänen lippunsa ovat vanhentuneet ja että ne eivät enää todennäköisesti kelpaa. Hän kuitenkin olettaa, että hän saa lipuilleen lisää käyttöaikaa palautetta kirjoitettuaan. Hän ennakoii toteamuksessaan mahdollista vastaanottajan kielteistä päätöstä lippujen uusimisesta ja uhkaa vastaanottajan kasvoja toteamalla, että palvelu on huonoa, jos hänen toivettaan ei toteuteta. Esimerkissä TPP 68 palautteenkirjoittaja hyökkää vastaanottajan kasvoja vastaan syyttävällä toteamuksella, jossa hän puuttuu yrityksen toimintaan.

Taulukosta 12 nähdään, että kysymyslauseet ovat asiakaspalautteiden toiseksi yleisimpiä modaalisia lausetyyppejä molemmissa osa-aineistoissa. Palautteenkirjoittajat esittävät kysymyksiä suunnilleen saman verran niin KLP- kuin TPP-aineistossakin. Niitä on koko aineiston modaalisista lausetyypeistä vain 7,5 %. Kysymyslauseiden suhteellisen vähäinen määrä tutkimusaineistossa osoittaa, että kysymykset eivät siis ole kovin tyypillisiä asiakaspalautteissa. Se, että palautteenkirjoittajat kuitenkin ylipäättään esittävät kysymyksiä, kertoo siitä, että asiakaspalautteita koetaan paitsi kanavana todeta

asiantiloista jotakin, myös keinona saada tietoa. Palautteenkirjoittajat eivät kuitenkaan usein näytä odottavan suoraa vastausta kysymyksiinsä, vaan kysymysten tehtävä on toimia lähinnä Finnkino Oy:n toimintaa ihmettelevinä ja hämmästelevinä kommentteina (KLP 69 ja TPP 70):

(KLP 69) *Milloin voi varata lippuja; Narnia Velho ja leijona elokuvan ensi-iltaan?*

(TPP 70) *Tekö meinaatte taas kerran suosia näitä neljää kaupunkia ja jättää muun suomen huomioimatta Star Warsin ensi-iltaa ajatellen?*

Toteamuslauseiden tapaan palautteiden kysymyslauseet voivat olla neutraaleja, myönteisiä tai kielteisiä. KLP 69 on tyypillinen esimerkki palautteenkirjoittajan neutraalista kysymyksestä. Kysymys ei tällaisessa tapauksessa ole erityisen kohtelias, mutta siinä esiintyvät sananvalinnat eivät myöskään uhkaa vastaanottajan kasvoja. Sen sijaan se, että palautteenkirjoittaja esittää palautteen vastaanottajalle kysymyksen, uhkaa jo itsessään vastaanottajan kasvoja. Kysymyksen esittäminen osoittaa vastaanottajalle, että palvelussa on jokin puute, koska palautteenkirjoittaja ei ole itse löytänyt vastausta kysymykseensä.

TPP 70 puolestaan on esimerkki sellaisesta palautteenkirjoittajan kielteisestä kysymyksestä, joka uhkaa vastaanottajan kasvoja jo pelkkänä kysymyksenä. Lisäksi siinä esiintyvät sananvalinnat ovat vastaanottajan kasvoja uhkaavia. *Tekö meinaatte taas kerran suosia* -ilmaus osoittaa vastaanottajalle, että palautteenkirjoittaja on ollut tyytymätön yrityksen toimintaan jo aiemmin, ja siten myös hänen ennako-oletuksensa yrityksen tulevasta toiminnasta on epäilevä ja siten kielteinen. Lisäksi palautteenkirjoittaja viittaa Finnkino Oy:n suurkaupunkikeskeisyyteen syyttämällä sitä muun Suomen elokuvateattereiden asiakkaiden laiminlyömisestä. Nämä kielteiset viittaukset hyökkäävät vastaanottajan kasvoja vastaan.

Taulukko 12 osoittaa, että modaalisisista lausetyypeistä huudahduslauseita on molemmissa osa-aineistoissa kolmanneksi eniten. Huudahduslauseita on koko aineistossa vähän eli vain 4,1 % kaikista modaalisisista lausetyypeistä. Huudahduslauseet eivät siis ole kovin tyypillisiä asiakaspalautteissa. Huu-

dahdusten vähäinen määrä on yllättävää, sillä juuri huudahdus on erityisen tunnelatautunut ja voimakas ilmaus, joita erityisesti kielteisissä asiakaspalautteissa voisi odottaa esiintyvän enemmän. Huudahduksilla palautteenkirjoittajat osoittavat pääasiassa pettymystä, hämmästyä ja ihmetystä (KLP 71 ja TPP 72):

(KLP 71) *Olisitte voineet edes viikonloppuun laittaa päivä/iltapäiväaikoja!*

(TPP 72) *Mainosten raja-aidat on ainakin rikottu!*

Esimerkeissä KLP 71 ja TPP 72 palautteenkirjoittajat osoittavat huudahduksin pettymyksensä Finnkino Oy:n toimintaan. Huudahdukset jo itsessään hyökkäävät vastaanottajan kasvoja vastaan, sillä ne viestivät vastaanottajalle palautteenkirjoittajien ärtymystä ja turhautuneisuutta. Esimerkissä KLP 71 palautteenkirjoittaja antaa palautteen vastaanottajan ymmärtää, että hän on ollut tyytymätön tietyn elokuvan esitysaikoihin. Palautteenkirjoittaja viittaa huudahduksellaan siihen, että Finnkino Oy olisi voinut halutessaan laittaa sopivampia näytösaikoja viikonlopulle. Tällä syyttävällä huudahduksellaan palautteenkirjoittaja hyökkää vastaanottajan kasvoja vastaan. Esimerkissä TPP 72 palautteenkirjoittaja vihjaa palautteen vastaanottajalle, että elokuvien alussa esitettävien mainosten määrälle on olemassa jonkinlaiset siedettävät rajat, joita yrityksen tulisi noudattaa. Palautteenkirjoittaja hyökkää siis vastaanottajan kasvoja vastaan huudahtaen ja syyttää yritystä näiden rajojen ylittämisestä.

Myös käskyt ovat huudahdusten tapaan erityisen tunnelatautuneita ilmaisuja. Asiakkailla eli palautteenkirjoittajilla on asiakaspalautteessa valta ja oikeus käskeä. Kun kirjoittajat esittävät käskyjä, he olettavat, että jossakin on olemassa käskyn vastaanottaja. He olettavat tällöin myös, että vastaanottaja ei käskemättä toimisi heidän haluamallaan tavalla. (Muikku-Werner 1993: 115.) Palautteenkirjoittajat pyrkivät käskyillään ohjaamaan puhuteltavaa toivottuun päämäärään.

Asiakaspalautteen kirjoittajat antavat vastaanottajalle palautteissa suoria, käskeviä toimintaohjeita hyvin vähän. Käskylauseita on molempien osa-

aineistojen kaikista modaalisisista lausetyypeistä selvästi vähiten, kuten taulukko 12 osoittaa. Käskylauseita on koko aineistossa vain 1,0 %. On yllättävää, että käskyjen osuus lausetyypeistä on näin pieni. Kun nimittäin otetaan huomioon kielteinen asiakaspalautekonteksti, olisi odotuksenmukaista, että palautteissa annettaisiin vastaanottajalle selvästi enemmän näitä suoria ohjeita, neuvoja ja käskyjä toimia jollakin tavalla (KLP 73 ja TPP 74):

(KLP 73) VASTATKAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

(TPP 74) SANOKAA ETTÄ TÄMÄ ON HUONOA PILAA.

Esimerkissä KLP 73 palautteenkirjoittaja esittää käskyn, johon hän odottaa reaktiota palautteen vastaanottajalta. Lisäksi palautteenkirjoittaja pyrkii käskyllään herättämään vastaanottajan huomion, mikä näkyy hänen käyttämistään typografisista keinoista – suuraakkoskirjoitusasusta ja liioitellusta huutomerkkien käytöstä. Esimerkin käsky on sekä ulkoasultaan että sisällöltään kielteinen ja vastaanottajan kasvoja vastaan hyökkäävä. Esimerkissä TPP 74 palautteenkirjoittaja käskee vastaanottajaa myöntämään, että yrityksen toiminta on ollut kuin *huonoa pilaa*. Palautteenkirjoittaja uhkaa vastaanottajan kasvoja paitsi suuraakkosin eli huutamalla, myös vihjaamalla, että Finnkino Oy on toiminut jollakin käsittämättömällä tavalla.

Taulukko 12 osoittaa, että fraasi-ilmauksia on noin neljäsosassa molempien osa-aineistojen palautteita. Fraasi-ilmaukset, joilla toivotetaan jotakin palautteen vastaanottajalle, ovat puhetekoja, jotka voivat myönteisinä tai neutraaleina pehmentää ja lieventää asiakaspalautteiden kielteisyyttä. Fraaseilla on siis tärkeä rooli vuorovaikutuksessa: niiden käyttäminen osoittaa, että palautteenkirjoittajat tiedostavat vastaanottajan olemassaolon ja että he ylläpitävät vuorovaikutusta tämän kanssa.

Molemmissa osa-aineistoissa on palautteita, joissa on niiden kielteisyydestä huolimatta joko yksi tai useampia neutraaleja tai myönteisiä fraasi-ilmauksia. Kielteinen asiakaspalautte ei siis aina edellytä sarkastista tai muuta kielteistä fraasi-ilmausta; kielteinen palaute voi siis päättyä myös kohteliaaseen fraasi-ilmaukseen. Asiakaspalautteiden fraasit voivat siten tutkimus-

aineiston perusteella olla kaksijakoisia: ne voivat olla neutraaleja tai myönteisiä (KLP 75) tai sarkastisia kiitos- ja/tai toivotusfraaseja (TPP 76):

(KLP 75) *Eipä muuta kuin hauskaa syksyä teille!*

(TPP 76) *Kiitos vaan taas tästäkin.*

Koska fraasi-ilmaukset ovat nimenomaan kohteliaaseen ja vuorovaikutukselliseen kielenkäyttöön vakiintuneita ilmauksia, on selvää, että ne ovat pääasiassa neutraaleja tai myönteisiä. Myös tutkimusaineiston asiakaspalautteiden fraasi-ilmauksista valtaosa on selvästi ei-kielteisiä. Koko tutkimusaineiston 48 fraasi-ilmauksesta ainoastaan 10 on TPP 76 -esimerkin kaltaisia sarkastisia kiitos- ja/tai toivotusfraaseja. Muut fraasi-ilmaukset ovat kielteisestä asiakaspalauttekontekstista huolimatta neutraaleja (esim. *terveisin*) tai esimerkin KLP 75 kaltaisia myönteisiä fraasi-ilmauksia.

Tutkimusaineiston asiakaspalautteissa esiintyy siis kaikkia Austinin puhetekoja, jotka palautteenkirjoittajat kielentävät modaalisisina lausetyypeinä eli toteamuksina, kysymyksinä, huudahduksina ja käskyinä. Kysymysten ja käskyjen esittäminen uhkaa jo itsessään vastaanottajan kasvoja, sillä ne osoittavat asiakaspalvelun epäkohdan ja vaativat vastaanottajan toimintaa. Lisäksi niissä käytetyt kielteiset sananvalinnat ja kielteisyyttä ilmentävät typografiset keinot lisäävät niiden uhkaavuutta vastaanottajan kasvoja kohtaan.

Toteamukset ja huudahdukset lausetyypeinä eivät itsessään välttämättä uhkaa vastaanottajan kasvoja. Ne uhkaavat vastaanottajan kasvoja kuitenkin aina silloin, kun niissä käytetään kielteisiä sananvalintoja ja kielteisyyttä ilmentäviä typografisia keinoja. Siten myös muut kuin oletusarvoisesti selvimmän vastaanottajan kasvoja uhkaavat modaaliset lausetyypit eli kysymykset ja käskyt voivat olla vastaanottajaa uhkaavia. Selvimmin kielteisyys ja kasvojen uhkaaminen kuitenkin ilmenee käskyjen ja kysymysten avulla kielenneytyissä, vastaanottajalle esitetyissä suorissa toimintavaatimuksissa. Vaikka kysymyksiä ja käskyjä aineiston modaalisisista lausetyypeistä onkin

vain pieni osa, ne ovat kuitenkin asiakaspalautteiden kielteisyyden kieltämisen kannalta huomionarvoisia.

Kielteisyttä asiakaspalautteisiin luovat monet erilaiset kielelliset keinot. Näitä keinoja yhdistää se, että niitä käyttämällä hyökätään – joko suoraan tai epäsuorasti – asiakaspalvelijan, palautteen vastaanottajan ja siten myös Finnkino Oy:n kasvoja vastaan. Kasvojen uhkaaminen ja niitä vastaan hyökkääminen on aina tarkoituksellista toisen osapuolen mielen pahoittamista: palautteenkirjoittajat osoittavat kielteiset tunteensa ja asenteensa vastaanottajalle ilkeilemällä ja piikittelemällä tätä.

Kohteliaassa vuorovaikutustilanteessa vuorovaikutuksen osapuolet pyrkivät suojelemaan sosiaalisia ja yksityisiä kasvojaan. Sosiaalisia kasvoja suojelemaan kielenkäyttäjät käyttävät sellaisia kielellisiä keinoja, joiden avulla he pyrkivät saavuttamaan toistensa hyväksynnän tavoitteilleen ja mielipiteilleen. Yksityisten kasvojen suojelemiseksi kielenkäyttäjät käyttävät sellaisia kielellisiä keinoja, joiden avulla heidän on mahdollista säilyttää rajoittamaton itsemääräämisoikeutensa. Jotta kielenkäyttäjien on mahdollista suojella sosiaalisia ja yksityisiä kasvojaan, heidän tulee tasapainoilla myönteisen lähikohteliaisuuden ja kielteisen etäkohteliaisuuden välillä.

Kielteisessä asiakaspalautteessa palautteenkirjoittajan ja vastaanottajan välinen vuorovaikutustilanne poikkeaa kohteliaasta vuorovaikutustilanteesta. Palautteenkirjoittajat pyrkivät saavuttamaan vastaanottajan hyväksynnän sekä säilyttämään yksityisyytensä sosiaalisten ja yksityisten kasvojensa menettämisen uhalla, sillä palautteenkirjoittajat rikkovat kielteisissä palautteissaan sekä lähi- että etäkohteliaisuutta. Päinvastoin kuin kohteliaan vuorovaikutustilanteen osapuolet, kielteisen palautteen kirjoittajien ensisijainen tavoite ei ole viestiä yhteenkuuluvuutta tai hyväksyntää vastaanottajan kanssa, jolloin lähikohteliaisuus vaarantuu. Palautteenkirjoittajat eivät kielteistä palautetta kirjoittaessaan myöskään pyri välttelemään kielteistä konfliktia vastaanottajan kanssa, vaan he pikemminkin provosoivat tätä puuttumalla tämän toimintaan. Tällöin palautteenkirjoittajat rikkovat etäkohteliaisuuden periaatteita.

Asiakaspalautteen kirjoittajat käyttävät monenlaisia ilkeämielisiä ja provosoivia kielellisiä keinoja osoittaakseen omaa turhautumistaan tai mielipahaansa. Näitä keinoja on kahdenlaisia: henkilöiden sarkastinen moittiminen ja suora puuttuminen henkilöiden tekemisiin. Kun palautteenkirjoittajat moittivat sarkastisesti heitä palvelleita asiakaspalvelijoita, he saavat asiakaspalveluhenkilöt näyttämään jollakin tapaa epäpäteviltä sekä työnsä huonosti hoitavilta (KLP 77 ja TPP 78):

(KLP 77) ***Kinolipun asiakaspalvelijalla taisi olla kiire tauolle tai jotain, sillä liput olivat menneet väärään leffan ja teatterilla saimme paikat lopulta eturviin...***

(TPP 78) ***Onko asiakkaan asia keskeyttää elokuva, kun ”kiireiset” työntekijät ei vaivaudu itse paikalle??***

Esimerkeissä KLP 77 ja TPP 78 palautteenkirjoittajat toteavat, että heitä palvelleet asiakaspalvelijat ovat toimineet asiakaspalvelutilanteessa vastoin heidän odotuksiaan. Puuttumalla sarkastisesti asiakaspalvelijoiden toimintaan, palautteenkirjoittajat hyökkäävät asiakaspalvelijoiden ja palautteen vastaanottajan kasvoja vastaan.

Kasvoja uhkaavaa toimintaa on myös suora puuttuminen toisen henkilön tekemisiin. Puuttuminen voi olla toisen syyttelyä tai tästä jotakin väittämistä. Syyttelyä on esimerkiksi toteamuslauseen esittäminen totena ilman minäkäänlaisia sitä tukevia tai perustelevia argumentteja (KLP 79 ja TPP 80):

(KLP 79) ***Kukaan ei halua vastata, kun soittelin Kinolippuun.***

(TPP 80) ***Te itsekin tiedätte tämän mutta ettehan te tietenkään asialle mitään tee.***

Esimerkissä KLP 79 palautteenkirjoittaja esittää toteamuslauseen, joka kertoo hänen tulkintansa Kinolipun asiakaspalvelijan toiminnasta asiakaspalvelutilanteessa. Palautteenkirjoittajan mukaan asiakaspalvelija ei ole halunnut auttaa häntä, mutta hän ei esitä toteamukselleen lainkaan sitä perustelevia argumentteja. Myös esimerkissä TPP 80 palautteenkirjoittaja arvostelee

Finnkino Oy:n toimintaa ja toteaa, ettei yritys ole edes valmis muuttamaan toimintatapojaan. Esimerkeissä KLP 79 ja TPP 80 palautteenkirjoittajat syyttävät yritystä yleisesti ja hyökkäävät näin olleen sen kasvoja vastaan.

Se, ilmaiseeko palautteenkirjoittaja asiansa kysymyksen, käskyn, huudahduksen vai toteamuksen avulla, luo palautteeseen aina omanlaisensa illokutiivisen sävyn. Ilmauksen illokutiivinen sävy näkyy toisinaan käytetyistä ilmauksesta eksplisiittisesti suoraan. Ilmauksen sävy on mahdollista nähdä esimerkiksi performatiiviverbeistä (esim. *määrätä, käskeä*) tai kysymys- ja käskylauseen rakenteesta, silloin kun jotakin todella kysytään tai käsketään. Toisinaan ilmauksen sävy voidaan kuitenkin joutua tulkitsemaan pelkän asiayhteyden perusteella. (Hakulinen – Karlsson 1979: 50.) Tällainen tilanteisesti tulkittava toissijainen illokutiivinen sävy on esimerkiksi kontekstissaan selvästi huudahdukseksi tulkittavalla ilmauksella, joka ei pääty huudahduksen tunnuksen eli huutomerkkiin, vaan johonkin muuhun isoon välimerkkiin, kuten pisteeseen (KLP 81). Huudahdukseksi tulkittava ilmaus voi olla palautteessa myös esimerkiksi välimerkitön (TPP 82):

(KLP 81) *Törkeää. Laatuvalikoimaa myös Kuopioon.*

(TPP 82) *Nyt olis syytä jo vähän äkkiä saada henkilökunnan asenteeseen kunnon joustoa*

Kuten esimerkeistä KLP 81 ja TPP 82 nähdään, ilmauksen illokuution ja syntaktisen lausetyypin välillä ei siis aina ole ilmeistä vastaavuussuhdetta. Esimerkiksi käsky voidaan toisinaan ilmaista syntaktisesti väite- tai kysymyslauseella, ja tällainen lause tulkitaan käskyksi kulloisenkin kontekstin perusteella. Esimerkiksi seuraavat palautteenkirjoittajien esittämät kysymykset voidaan palautteen kontekstin perusteella tulkita käskyiksi (KLP 83 ja TPP 84):

(KLP 83) *Eli kun valmistelette tuon Harry Potterin näytösten tulevia aikatauluja, voisitteko nyt harkita laittavanne edes yhden tai pari näytöstä alkamaan ennen kello kuutta?*

(TPP 84) *Ettekö te nyt mitenkään voisi ottaa tätä palautetta kuuleviin korviinne??*

Esimerkit KLP 81 ja KLP 83 sekä TPP 82 ja TPP 84 osoittavat, että palautteenkirjoittajat käyttävät lausetyyppejä myös toissijaisesti. Tällöin lausetta ei tulkita sen ilmeisimmän, ensisijaisen merkityksen mukaan, vaan sen kulloisessakin tilanteessa realisoituvan merkityksen mukaan. Lauseiden illokutiivinen sävy on siis tilannesidonnainen, ja se tulee tulkita aina tekstiyhteyden perusteella.

5.2. Nimeäminen asiakaspalautteissa

Tässä luvussa tarkastellaan asiakaspalautteissa esiintyvää asiakaspalvelijoiden nimeämistä. Tarkastelu perustuu Hallidayn transitiivisuussysteemissä esitettyihin semanttisiin rooleihin. Näistä rooleista tarkastelun kohteena on asiakaspalautteiden nominaalilausekkeiden tekijä. Luvussa vastataan siis sisällön tutkimusongelmaan ”Miten asiakaspalveluhenkilöitä nimetään?”.

Se, miten puhuja tai kirjoittaja nimittää kuvailemaansa tapahtumaan tai prosessiin osallistuvia, paljastaa hänen näkökulmansa myös puheena olevaan asiaan. Nimeämistä käytetäänkin palautteissa usein myös tietoisesti vahvistamaan puhujan tai kirjoittajan mielipiteen välittymistä vastaanottajalle. Osallistujia nimeämällä puhuja tai kirjoittaja käyttää hyväkseen leksikaalisia valintoja, joiden avulla maailman moninaiisiin havaintoihin on mahdollista viitata ja joiden avulla nämä havainnot voidaan luokitella (Hakulinen – Karlsson 1979: 130).

Asiakaspalveluhenkilöiden nimeämisellä on asiakaspalautteissa kaksi selvää tehtävää. Nimeämisilmausten avulla palautteenkirjoittajat tuovat esiin asenteensa ja tunnesivumerkityksensä asiakaspalveluhenkilöihin sekä tekevät kyseiset henkilöt definiittisiksi eli tunnistettaviksi. Palautteenkirjoittajille on usein tärkeää, että palautteen vastaanottajan on mahdollista tunnistaa tekstissä esiintyvä asiakaspalveluhenkilö mahdollisten jatkotoimien varalta. Definiittiseksi tekemisen keinoja ovat henkilöiden iän, sukupuolen, ulkonäön, toimenkuvan sekä ajan ja paikan kuvailu. Kuten esimerkeistä KLP 85

ja TPP 86 nähdään, palautteenkirjoittajat antavatkin palautteissaan usein hyvin tarkkoja ajan ja paikan identifioivia tietoja sekä henkilöiden ulkoisen olemuksen kuvauksia. Näin ollen henkilöt ja tilanteet on jälkikäteen tunnistettavissa myös sellaisen henkilön näkökulmasta, joka ei ole ollut asiakaspalvelutilanteessa läsnä:

- (KLP 85) *Tiedoksi nuorelle mieshenkilölle joka otti Kinoli-pussa varauksen nro 47696 vastaan pe 20.8: Bristolin lipunmyynti aukeaa klo 17.15 eikä 17.00 jolloin on jo myöhäistä lunastaa lippuja muiden finnikinoteattereiden klo 18.15 alkaviin näytöksiin. Siinä ei paljon selittelyt auta kun vanhempi vaalea naishenkilö ilmoittaa bristolin kassalla että ”ei se minun syyntä ole”. Kiitos teille paljon mukavasta 20min turhasta odottelusta (vaikkakin henkilökunta oli paikalla ennen klo 17.00 ei luukku auennut ajallaan) ja katsomatta jääneestä elokuvasta.*
- (TPP 86) *Huomauttaisin kuopion "herkku" tiskin pitäjistä, keskiviikkona noin klo 17.20. Yrittäessäni ostaa kaverikomboa ystävälleni ja minulle, myyjä sanoi että se tarkoittaa pelkkää tavallista comboa, mutta kuten Interner sivuillanne mainitaan, se koskee kavericomboa.*

Koska esimerkeissä KLP 85 ja TPP 86 esiintyy tarkkoja ajan ja paikan sekä asiakaspalveluhenkilöiden sukupuolen että ulkoisen olemuksen kuvausta, kirjoittajat pyrkivät tekemään asiakaspalveluhenkilöiden tunnistamisen mahdollisimman helpoksi vastaanottajalle. Palautteenkirjoittajat haluavat vastaanottajan tunnistavan heitä huonosti palvelleet henkilöt, jotta tämän on mahdollista halutessaan moittia näitä – vaikka kirjoittajat eivät sitä palautteissaan suoraan vaatisikaan.

Palautteenkirjoittajat nimeävät ja kuvailevat asiakaspalvelutapahtumiin osallistuvia asiakaspalvelijoita substantiivilausekkeilla¹² eli NP:illä ja adjektiivilausekkeilla eli AP:illa. Nimeämislauseke on yhtäjaksoinen rakenne, jota ei voi hajottaa osiin ilman, että ajatuskokonaisuus kärsisi. Lauseketta siis pitää koossa sen sisäinen koheesio. Lauseke nimetään sen edussanan

¹² Aiemmassa alan kirjallisuudessa NP:itä on nimitetty nominaali- tai nominilausekkeiksi (Hakulinen ym. 2004: 432).

sanaluokan mukaan. Substantiivilausekkeella tarkoitetaan siis lauseketta, jonka edussana on substantiivi, pronomini tai numeraali. Lauseketta voidaan siis nimittää NP:ksi myös silloin, kun sen rakenteellinen edussana on pronomini tai numeraali, sillä pronominit ja numeraalit käyttäytyvät substantiivien tavoin. Adjektiivilausekkeella puolestaan tarkoitetaan lauseketta, jonka edussana on adjektiivi. Edussana on lausekkeessa useimmiten pakollinen. Edussana voi esiintyä lausekkeessa joko yksin tai yhden tai useamman sitä määrittävän sanan eli määritteen kanssa. (Hakulinen ym. 2004: 428, 430.)

Tässä tutkimuksessa NP:itä ja AP:ita tarkastellaan kielteisyyden näkökulmasta, jolloin lausekkeiden tarkempi tyyppittely edussanan sanaluokan mukaan ei ole olennaista. Tässä tutkimuksessa NP- ja AP-lausekkeita käsitellään yhtenä kokonaisuutena, nimeämisilmauksina. Kiinnostavaa sen sijaan on, kuinka pitkiä NP- ja AP-lausekkeita palautteenkirjoittajat käyttävät kuvaillessaan asiakaspalveluhenkilöitä: mitä enemmän attribuutteja eli määritteitä lausekkeen edussana saa, sitä tarkemmin ja monipuolisemmin palautteenkirjoittajat kuvailevat asiakaspalveluhenkilöitä. Lausekkeiden pituuden tarkastelun lisäksi on kiinnostavaa selvittää, esiintyykö kielteisyys lausekkeen edussanassa vai sen määritteissä.

Taulukko 13 kuvaa nimeämisilmausten esiintymistä tutkimusaineistossa. Kahden sadan asiakaspalautteen tutkimusaineistossa on 170 palautetta, joissa on vähintään yksi nimeämisilmaus. Nimeämisilmauksia on siis 85,0 %:ssa koko aineiston palautteita. Aineistossa on siten 30 palautetta, joissa ei ole lainkaan nimeämisilmauksia. Tällaisissa palautteissa palautteenkirjoittajat eivät pääasiassa kuvaile tapahtunutta, vaan ainoastaan lyhyesti tiedustelevat vastaanottajalta jotakin. Tällöin palautteen aihe ilmaistaan hyvin lyhyesti sitä sen tarkemmin selittämättä.

Taulukosta 13 nähdään, että erilaisia nimeämisilmauksia eli asiakaspalveluhenkilöitä kuvaavia NP- ja AP-lausekkeita on koko aineiston 170 palautteessa yhteensä 312: näistä lausekkeista lähes kaksi viidesosaa on KLP-aineistossa ja hieman yli kolme viidesosaa TPP-aineistossa.

Aineisto	Palautteet, joissa on vähintään yksi nimeämisilmaus	Nimeämisilmausten lukumäärä
KLP-aineisto	75 (75,0 %)	117
TPP-aineisto	95 (95,0 %)	195
Koko aineisto	170 (85,0 %)	312

Taulukko 13. Nimeämisilmaukset tutkimusaineistossa (kpl/aineisto).

Osa-aineistojen nimeämisilmausten määrällinen ero johtunee siitä, että teatteripalvelupalautteiden kirjoittajat ovat asioineet kasvotusten asiakaspalveluhenkilöiden kanssa. Tällöin palautteenkirjoittajien on mahdollista kuvailla asiakaspalvelijoita myös visuaalisten kokemusten ja muistikuvien avulla. Kinolippu-palautteiden kirjoittajat eivät sen sijaan puhelimessa asioidessaan ole nähneet heitä palvelleita asiakaspalveluhenkilöitä, joten näiden ulkoisen olemuksen kuvailu ei näin ollen ole mahdollista. KLP:iden kirjoittajat kuvailevat Kinolipun asiakaspalvelijoita aina pelkän lyhyen puhelinkeskustelun perusteella syntyneiden audittiivisten huomioiden pohjalta.

Asiakaspalautteiden nimeämisilmaukset voidaan luokitella erilaisiin tyyppeihin niiden rakenteellisen kompleksisuuden mukaan: mitä useammas- ta sanasta NP- tai AP-lauseke muodostuu, sitä kompleksisempi se on. Sekä KLP- että TPP-aineistoissa ja siten myös koko tutkimusaineistossa nimeämisilmausten pituus vaihtelee pelkästä edussanasta edussanaan ja sen neljään määritteeseen.

Taulukko 14 kuvaa NP- ja AP-lausekkeiden kompleksisuutta tutkimusaineistossa:

Nimeämis-lauseketyyppi	KLP-aineisto	TPP-aineisto	Koko aineisto
Pelkkä edussana	52 (44,4%)	149 (76,4%)	201 (64,4%)
Edussana ja 1 määrite	45 (38,5%)	31 (15,9%)	76 (24,4%)
Edussana ja 2 määritettä	14 (12,0%)	12 (6,2%)	26 (8,3%)
Edussana ja 3 määritettä	2 (1,7%)	1 (0,5%)	3 (1,0%)
Edussana ja 4 määritettä	4 (3,4%)	2 (1,0%)	6 (1,9%)
Lausekkeet yhteensä	117 (100,0%)	195 (100,0%)	312 (100,0%)

Taulukko 14. NP- ja AP-lausekkeiden kompleksisuus (kpl/aineisto).

Yksinkertaisimmat nimeämisilmaukset käsittävät pelkän lausekkeen edussanan, jolla ei ole määritteitä (KLP 87 ja TPP 88):

(KLP 87) *Mitä tietämättömiä teillä on siellä töissä??*

(TPP 88) *Toivottavasti hoidatte asian paremmin kuin tiskimyyjänne.*

Esimerkin KLP 87 AP-lauseke on tyypillinen pelkän edussanan käsittävä nimeämisilmaus. Jo pelkkä edussana on pragmaattisesti kielteisesti latautunut: kun palautteenkirjoittaja nimittää asiakaspalveluhenkilöä tietämättömäksi, hän osoittaa oman kielteisen asennoitumisensa tähän. Kirjoittaja ilmaisee pitävänsä häntä palvellutta henkilöä jollakin tapaa valistumattomana, vähätietoisena ja jopa ammattitaidottomana ja uhkaa siten tämän kasvoja. Myös esimerkin TPP 88 NP-lauseke on tyypillinen pelkän edussanan käsittävä nimeämisilmaus. *Tiskimyyjä*-nimitys on kielteisesti arvottava, asiakaspalveluhenkilöä ja tämän toimenkuvaa selvästi vähättelevä ja asiakaspalvelijan kasvoja uhkaava.

Edussanan ja sen yhden määritteen muodostamat nimeämisilmaukset ovat pelkkää edussanaa astetta kompleksisempia (KLP 89 ja TPP 90):

(KLP 89) *Ja kuinka **Kinolinjan** ”asiakaspalvelijat” ei tiedä asiasta??*

(TPP 90) *Minulta jäi kolme ostamistani sarjalipuista käyttämättä, kun **nenäkäs myyjätyttönen** ei ottanut niitä vastaan 12.10.2004.*

Kuten esimerkistä KLP 89 nähdään, nimeämisilmauksen määrite voi identifioida paikan, jossa asiakaspalvelija työskentelee. Edussanan määrite *Kinolinjan* on neutraali. Paikan määre ei siis voi itsessään ilmaista palautteenkirjoittajan kielteistä asennoitumista. Palautteenkirjoittaja voi toisinaan käyttää asiakaspalvelijan titteliä myös sarkastisessa merkityksessä, jolloin se muuttuu arvoltaan selvästi kielteisesti latautuneeksi. Palautteenkirjoittaja osoittaa lainausmerkein, että sana tulisi tulkita pragmaattisesti käänteisesti. Perusmerkitykseltään neutraali ilmaus *asiakaspalvelija* saa lainausmerkeissä käänteisen, kielteisen merkityksen. Edussana *”asiakaspalvelijat”* voidaan siis tulkita selvästi kielteiseksi nimeämisilmaukseksi. Palautteenkirjoittaja osoittaa lainausmerkein pitävänsä asiakaspalvelijaa jollakin tapaa epäpäteväenä ja työhönsä sopimattomana ja uhkaa siten tämän kasvoja.

Esimerkissä TPP 90 edussanan ja sen yhden määritteen muodostamassa nimeämisilmauksessa lausekkeen edussanana on asiakaspalvelijan tehtävää kuvaava titteli (*myyjätyttönen*) ja sen määrite kielteinen ominaisuuden ilmaus (*nenäkäs*), jolla asiakaspalvelijaa tai tämän työtapaa kuvaillaan. Edussana *myyjätyttönen* viittaa selvästi asiakaspalvelijan ikään ja sukupuoleen. Neutraalin *tyttö*-sanan johdos *tyttönen* voidaan tulkita asiakaspalvelijaa vähätteleväksi ja tämän toimintaa arvostelevaksi ja kasvoja uhkaavaksi nimitykseksi. *Tyttönen*-sanan käyttäminen paljastaa, että kyseessä on nuori asiakaspalveluhenkilö, joka on käyttäytynyt asiakaspalvelutilanteessa epäkunnioittavasti palautteenkirjoittajaa kohtaan. Ikään viittaaminen yhdessä palautteessa esiintyvän ajan määreen kanssa mahdollistaa asiakaspalvelijan tunnistamisen.

Asiakaspalautteiden kolmanneksi kompleksisimmat nimeämisilmaukset koostuvat edussanasta ja sen kahdesta määritteestä (KLP 91 ja TPP 92):

(KLP 91) ***Minua ”palvellut” nainen vastasi minulle vain todella ivalliseen sävyyn, että ”ei täällä kuule ole valinnanvaraa, kun sali on jo melkein täynnä”.***

(TPP 92) ***PS. Kannattaisi hommata töihin vähemmän tiukkapiipoista porukkaa Kiitos!***

Kuten esimerkistä KLP 91 voidaan nähdä, palautteenkirjoittaja voi myös korostaa omaa asemaansa asiakaspalvelutilanteessa: kirjoittaja osoittaa olleensa asiakaspalvelijan toiminnan kohteena eli vastaanottajan roolissa. Palautteenkirjoittaja korostaa, että huono asiakaspalvelu, joka ilmaistaan lainausmerkein, on kohdistunut juuri häneen ja aiheuttanut hänelle mielipahaa. Edussana *nainen* on itsessään neutraali, ja se ilmaisee ainoastaan asiakaspalveluhenkilön sukupuolen, ei palautteenkirjoittajan asennoitumista tähän. Kielteisyys ja asiakaspalveluhenkilön kasvojen uhkaaminen on siis nähtävissä kyseisen nimeämisilmauksen määritteestä ”*palvellut*”, jossa *palvellut*-sana saa ironisen merkityksen nimenomaan sitä ympäröivien lainausmerkkien vuoksi.

Esimerkin TPP 92 edussana *porukkaa* ilmaisee, että kyse on useammasta kuin yhdestä asiakaspalveluhenkilöstä, asiakaspalveluhenkilöiden joukosta. *Porukkaa*-edussana itsessään ilmaisee palautteenkirjoittajan melko välitöntä, eikä tässä tapauksessa niinkään kovin kielteistä, suhtautumista kyseisiin asiakaspalveluhenkilöihin. Edussanan määrite *tiukkapiipoista* on jo itsessään selvästi kielteinen ja asiakaspalvelijoiden kasvoja uhkaava: se kertoo palautteenkirjoittajan pitävän asiakaspalveluhenkilökuntaa ahdasmielisenä ja hankalana sekä tilanteessa joustamattomana.

Edussanasta ja sen kolmesta määritteestä muodostuvat nimeämisilmaukset ovat palautteiden neljänneksi kompleksisin nimeämisilmaustyyppi (KLP 93 ja TPP 94):

(KLP 93) ***Joku saatanan vähä-älyinen idiootti on ilmeisesti laatinut elokuvien ”mainos-video”-osuuden!***

(TPP 94) *Tiskin takana ollut henkilö ei suostunut pyynnöistämme huolimatta kysymään keneltäkään, että onko sinne paikkoja.*

Esimerkissä KLP 93 palautteenkirjoittaja osoittaa hyvin voimakkaasti kielteisen asennoitumisensa asiakaspalveluhenkilökuntaan, joka laatii elokuvien alussa esitettävät mainokset. Lausekkeen edussana *idiootti* osoittaa palautteenkirjoittajan pitävän kyseistä asiakaspalveluhenkilöä tyhmänä. Määritteet *saatanan* ja *vähä-älyinen* korostavat ja tehostavat edussanaan sisältyvää kielteistä latautuneisuutta. Indefiniittinen pronomini *joku* ilmaisee tietynlais-ta epämääräisyyttä ja ehkä jopa välinpitämättömyyttä. Palautteenkirjoittaja ei voi osoittaa ketään tiettyä henkilöä syylliseksi asiaan, joten nimeäminen pysyy hyvin yleisellä tasolla. Esimerkin KLP 93 sekä nimeämisilmauksen edussana että sen määritteet ovat kielteisiä, ja siten koko nimeämisilmaus on asiakaspalveluhenkilön kasvoja selvästi uhkaava.

Esimerkissä TPP 94 palautteenkirjoittaja identifioi asiakaspalvelijan tämän fyysisen olinpaikan mukaan. Lausekkeen edussana *henkilö* sekä sen kaikki kolme, kiinteästi toisiinsa liittyvää määritettä ovat neutraaleja. NP-lauseke *tiskin takana ollut henkilö* periaatteessa mahdollistaa asiakaspalvelijan tunnistamisen, vaikkakaan kuvaus ei ole kovin tarkka. Tällainen nimeämisilmaus on tyypillinen esimerkki nimeämisilmauksesta, joka on neutraali, ei-kielteinen. Tällöin palautteen kielteisyys ei näy nimeämisilmauksesta, eikä nimeämisilmaus tällöin myöskään uhkaa asiakaspalvelijan kasvoja.

Kompleksisimmat nimeämisilmaukset muodostuvat edussanasta ja sen neljästä määritteestä (KLP 95 ja TPP 96):

(KLP 95) *Yleensä palvelu on ollut moitteetonta, mutta tällä kertaa kohdalleni osui **elämänsä tympääntyneitä asiakaspalveluun sopimattomia naishenkilöitä** kaksin kappalein!*

(TPP 96) *Toivoisin, että tämä palaute menisi **Jyväskylän Finnkinon toiminnasta vastavalle henkilölle.***

Esimerkissä KLP 95 NP-lausekkeen edussana on *naishenkilöitä*, joka ei itsessään kielteisesti arvota henkilöitä, joihin se viittaa. Edussana on neutraali ja ilmaisee asiakaspalveluhenkilöiden sukupuolen, jolloin nämä on

mahdollista identifioida. Edussanan määritteet *elämänsä, tympääntyneitä, asiakaspalveluun* ja *sopimattomia* kuvailevat edussanaa. Määritteet *elämänsä* ja *tympääntyneitä* liittyvät kiinteästi yhteen, kuten myös määritteet *asiakaspalveluun* ja *sopimattomia*. *Elämänsä tympääntyneitä* osoittaa palautteenkirjoittajan henkilökohtaisen asennoitumisen asiakaspalveluhenkilöihin. Palautteenkirjoittaja haluaa viestiä vastaanottajalle asiakaspalveluhenkilöiden kasvoja uhaten, että häntä palvelleet naishenkilöt ovat olleet tympääntyneen ja työhönsä kyllästyneen oloisia. Koska asiakaspalvelutilanne on ollut palautteenkirjoittajan mielestä epäonnistunut, hän on tehnyt johdtopäätöksen, että häntä palvelleet naishenkilöt eivät sovellu asiakaspalvelutyöhön.

TPP 96 -esimerkin edussana *henkilölle* on itsessään varsin neutraali, eikä se siis uhkaa asiakaspalvelijan kasvoja. Se ei myöskään edellisen esimerkin edussanan tapaan yksin arvota henkilöä, johon se viittaa. Määritteet *Jyväskylän, Finnkinon, toiminnasta* ja *vastavalle* tekevät edussanan tarkoittaman henkilön vastaanottajalle helposti tunnistettavaksi. Määritteet itsessään ovat neutraaleja, joten ne eivät ole asiakaspalvelijan kasvoja uhkaavia.

Taulukosta 14 nähdään, että palautteenkirjoittajat käyttävät asiakaspalveluhenkilöiden nimeämiseen selvästi eniten pelkän edussanan muodostamia NP- ja AP-lausekkeita. Näitä yksinkertaisimpia nimeämisilmauksia on lähes kaksi kolmasosaa koko aineiston 312 nimeämisilmauksesta. Toiseksi eniten palautteenkirjoittajat käyttävät edussanasta ja sen yhdestä määritteestä muodostuvia NP- ja AP-lausekkeita nimetessään asiakaspalveluhenkilöitä: näitä nimeämisilmauksia on hieman alle neljännes koko aineiston kaikista nimeämisilmauksista. Kolmanneksi yleisin nimeämisilmaustyyppi on edussanan ja sen kahden määritteen muodostamat NP- ja AP-lausekkeet, joita on vajaa kymmenesosa koko aineiston nimeämisilmauksista. Neljänneksi yleisimpiä nimeämisilmauksia ovat kompleksisimmat, edussanan ja sen neljän määritteen muodostamat NP- ja AP-lausekkeet. Näitä lausekkeita on koko aineiston nimeämisilmauksista vain lähes kaksi sadasosaa. Vähiten palautteidenkirjoittajat käyttävät palautteissaan edussanan ja sen kolmen määrit-

teen muodostamia nimeämisilmauksia, joita on kaikista nimeämisilmauksista yksi sadasosa.

Kuten taulukosta 14 nähdään, NP- ja AP-lausekkeiden eri tyyppien esiintyminen on samansuuntaista molemmissa osa-aineistoissa. Kinolippupalautteet ja teatteripalvelupalautteet eroavat toisistaan kuitenkin jonkin verran: KLP-aineistossa edussanan sekä edussanan ja sen yhden määritteen muodostavat NP- ja AP-lausekkeet ovat selvästi yleisimpiä. KLP-aineiston nimeämisilmauksista pelkän edussanan muodostamia nimeämisilmauksia on jonkin verran yli kaksi viidesosaa sekä edussanan ja yhden määritteen muodostamia nimeämisilmauksia hieman alle kaksi viidesosaa. TPP-aineistossa pelkän edussanan muodostamat NP- ja AP-lausekkeet ovat selvästi muita lauseketyyppejä yleisempiä. Pelkän edussanan käsittäviä, yksinkertaisimpia nimeämisilmauksia on TPP-aineiston kaikista nimeämisilmauksista lähes neljä viidesosaa. Näin ollen KLP-aineiston kahta yleisintä lauseketyppiä esiintyy suunnilleen yhtä paljon kuin TPP-aineiston yleisintä lauseketyppiä.

Teatteripalvelupalautteiden nimeämisilmaukset ovat siis yleisesti ottaen Kinolippupalautteiden nimeämisilmauksia yksinkertaisempia. Tämä ero johtunee siitä, että elokuvateattereissa työskenteleville henkilöille on olemassa yleispätevän *asiakaspalvelija*-nimikkeen lisäksi selviä työtehtävän mukaan määräytyviä virallisia ammattinimikkeitä, kuten *lipunmyyjä*, *makeismyyjä*, *vahtimestari* ja *koneenhoitaja*. Kinolippu-lipunvarauskeskuksen työntekijän ammattinimike¹³ ei selvästikään ole palautteenkirjoittajille tuttu (tai ainakaan yhtä itsestään selvä kuin vaikkapa *lipunmyyjä* tai *vahtimestari*). Palautteenkirjoittajat nimeävätkin Kinolipun henkilökuntaa hyvin monenlaisin eri nimityksin, kuten *Kinolipun varaaja*, *Kinolipun täti*, *Kinolipun päivystäjä*, *Kinolipussa puhelimeen vastannut mies*, *Kinolipun puhelinpalvelija*, *puhelimeen vastannut henkilö* jne. Kinolippu-palvelussa toimiville asiakaspalveluhenkilöille ei siis ole olemassa yhtä paljon virallisia ja yleisesti tunnettuja ammattinimikkeitä kuin elokuvateatterissa työskenteleville asiakaspalvelijoille.

¹³ Finnkino Oy:n Tampereen elokuvateatteri Plevnan teatterivastaavan mukaan Kinolippu-puhelinpalvelun asiakaspalvelijan virallinen ammattinimike on *asiakaspalvelija*.

Kinolippu-puhelinpalvelun työntekijöihin sopivien nimikkeiden vähyys vaikuttaa todennäköisesti siihen, että Kinolippu-palautteiden kirjoittajat kokevat tarpeelliseksi esimerkiksi kuvailla asiakaspalveluhenkilöitä nimesään myös paikan, jossa asiakaspalvelija fyysisesti työskentelee (KLP 97). Teatteripalvelupalautteiden kirjoittajat puolestaan odottavat asiakaspalveluhenkilön ammattinimikkeen riittävän asiakaspalveluhenkilön kuvaamiseen, jotta vastaanottaja ymmärtää kenestä on kyse (TPP 98). Asiakaspalveluhenkilöiden toimenkuvan kuvailun tarve on siis vähäisempää TPP:issa kuin KLP:issa:

(KLP 97) *Lisäksi haluaisin huomauttaa **Kinolippupalvelun henkilökunnan** kiireestä lopettaa puhelut:*

(TPP 98) ***Makeismyyjä** lupasi sanoa asiasta myös **konemiehellekin**, mutta aattelin vaan kirjoittaa...*

Nimeämisilmaukset voidaan jakaa tekstikontekstin mukaan neutraaleihin ja kielteisesti asenteellisiin ilmauksiin. Palautteiden neutraalit nimeämisilmaukset ovat sellaisia, joissa asiakaspalvelijaa nimetään pelkästään tämän työtehtävän mukaan. Tällöin nimeämisilmauksessa ei näy palautteenkirjoittajan kielteistä asennetta. Neutraaleja nimikkeitä ovat esimerkiksi *henkilökunta*, *lipunmyyjä*, *makeismyyjä* ja *vahtimestari*. Kielteiset nimeämisilmaukset paljastavat palautteenkirjoittajan kielteisen asennoitumisen asiakaspalvelijaan. Kielteinen asennoituminen voidaan osoittaa monella tavalla: esimerkiksi viittaamalla asiakaspalvelijan toimintaan (KLP 99), käyttämällä lainausmerkkejä sarkastisesti (TPP 100) tai puhuttelemalla asiakaspalvelijoita sarkastisen kohteliaasti (KLP 101):

(KLP 99) *Hän jonotti ja jonotti kunnes **enemmän tai vähemmän yhteistyöhaluinen henkilö** ilmoitti, että kantaa soittaa seuraavana päivänä uudestaan.*

(TPP 100) *Kun tästä huomauttaa, niin ”**asiakaspalvelijat**” mutisee naureskellen jotain...*

(KLP 101) *MIKSIKÖHÄN ARVON HERRAT/ROUVAT
FINNKINOSTA EIVÄT SUOSTU HANKKIMAAN
LISÄKOPIOTA ELOKUVASTA MILLION DOLLAR
BABY?!?!?!?*

Koko aineiston 312 nimeämisilmauksesta 13,7 % on selvästi kielteisesti asenteellisia. KLP:iden 117 nimeämisilmauksesta kielteisesti asenteellisia on 14,5 % ja neutraaleja ilmaisuja 85,5 %. TPP:iden 195 nimeämisilmauksesta kielteisesti asenteellisia nimeämisilmauksia on 12,8 % ja neutraaleja 87,2 %. Onkin huomionarvoista, että selvästi suurin osa eli hieman alle yhdeksän kymmenestä koko aineiston nimeämisilmauksesta on neutraaleja: asiakaspalveluhenkilöiden nimeämiseen käytetyt NP- ja AP-lausekkeet eivät siis ole kovin kielteisesti latautuneita eivätkä ne siten useimmiten uhkaa asiakaspalveluhenkilökunnan kasvoja.

Taulukko 15 osoittaa kielteisyys ilmenemisen nimeämisilmauksissa:

Aineisto	Kielteisyys edussanassa	Kielteisyys määritteessä/ määritteissä	Kielteisyys sekä edussanassa että määritteessä/ määritteissä	Yhteensä
KLP-aineisto	9 (52,9 %)	7 (41,2 %)	1 (5,9 %)	17 (100,0 %)
TPP-aineisto	17 (68,0 %)	6 (24,0 %)	2 (8,0 %)	25 (100,0 %)
Koko aineisto	26 (61,9 %)	13 (31,0 %)	3 (7,1 %)	42 (100,0 %)

Taulukko 15. Kielteisyys nimeämisilmauksissa (kpl/aineisto).

Taulukosta 15 nähdään, että nimeämisilmausten kielteisyys ilmenee useimmiten niiden edussanoissa. Koko aineistossa kielteisyys ilmenee nimeämisilmausten edussanassa noin kolmessa viidesosassa nimeämisilmauksia. TPP-aineistossa edussana ilmentää kielteisyttä yli kahdessa kolmasosassa kielteisiä nimeämisilmauksia, kun taas KLP-aineistossa edussanan osuus kielteisyys ilmentämisessä on hieman yli puolessa kielteisistä nimeämisilmauksista.

On kiinnostavaa, että kielteisyys ilmenee nimenomaan nimeämisilmausten edussanoissa, sillä voisi olettaa, että asiakaspalveluhenkilökuntaa nimet-

täisiin neutraaleilla, yleispätevillä ammattinimikkeillä ja kielteisyys ilmenisi edussanaa kuvailevissa määritteissä. Näyttää kuitenkin siltä, että tapauksissa, joissa tavallisesti neutraali asiakaspalveluhenkilökuntaa kuvaileva ammattinimike on kielteisessä käytössä, palautteenkirjoittaja on tehnyt neutraalista nimikkeestä jonkinlaisen kohdettaan kielteisesti arvottavan ja kielteisyttä ilmentävän väännöksen, kuten *asiakaspalvelijatyttönen*, *lipunmyyjä”herra”* tai *työläinen*.

Kielteiset edussanat ovat TPP-aineistossa yleisempiä kuin KLP-aineistossa. Tämä johtunee siitä, että teatterihenkilökunnalle on olemassa virallisia ammattinimikkeitä, joista palautteenkirjoittajien on helppo keksiä uusia, kielteistä asennetta ilmentäviä nimityksiä. Kinolippu-palautteiden kirjoittajat joutuvat sen sijaan selvän ammattinimikkeen sijaan kuvailemaan tarkemmin heitä palvellutta asiakaspalvelijaa, jolloin tätä tulee useammin kuvailla tarkemmin määritteiden avulla, jotta asiakaspalvelijan identifiointi olisi mahdollista.

Edussanan määritteet ovat kielteisiä lähes kolmasosassa koko aineiston nimeämisilmauksia. KLP-aineiston nimeämisilmausten määritteistä noin kaksi viidesosaa ja vastaavasti TPP-aineiston määritteistä lähes yksi neljäsosa ilmentävät kielteisyttä. Määritteissä ilmenevä kielteisyys on siten KLP-aineistossa tavallisempaa kuin TPP-aineistossa. Tämä on ymmärrettävää, kun otetaan huomioon, että KLP:iden kirjoittajat joutuvat kuvailemaan asiakaspalveluhenkilökuntaa palautteissaan tarkemmin kuin TPP:iden kirjoittajat. Nimeämisilmaukset *tylsälle lipunmyyjälle*, *huonokuuloisia lipunvaraa-jia*, *ivallinen makeismyyjä* ja *virkaintoinen vahtimestari* kuvaavat tyypillisesti edussanan määritteissä esiintyvää kielteisyttä.

Sekä edussanassa että sen määritteessä tai määritteissä kielteisyys ilmenee suhteellisen harvoin. Tällaisia nimeämisilmauksia, joissa sekä edussana että sen määritteet ilmentävät kielteisyttä, on koko aineistossa vain hieman yli 7 %. Kielteisyys ilmenee nimeämisilmauksissa siis pääasiassa edussanoissa ja melko usein myös edussanan määritteissä. Nimeämisilmauksissa *joku saatanan vähä-älyinen idiootti*, *hommansa osaamaton* ja *tympeä*

”asiakaspalvelija” sekä nimeämisilmauksen edussana että sen määritteet ilmentävät kielteisyyttä.

Koska koko aineiston nimeämisilmauksista vain 13,7 % on kielteisesti lautuneita, voidaan sanoa, että palautteenkirjoittajien kielteinen asennoituminen asiakaspalveluun ei pääasiassa näy asiakaspalvelijoiden nimeämisessä. Itse asiakaspalvelijaa, jonka kanssa asiointi on koettu kielteisesti, ei kuitenkaan valtaosassa palautteita nimetä kielteisesti. Kielteisenä koetaan ja kuvaillaan pikemminkin asiakaspalvelijan toiminta asiakaspalvelutilanteessa; kielteisyys ei siis asiakaspalautteissa henkilöidy asiakaspalvelijan persoonaan, vaan tämän toimintaan, jota kuvaillaan kielteiseen ja arvostelevaan sävyyn (KLP 102 ja TPP 103):

(KLP 102) *Nyt jouduimme istumaan salin etuosaan liian lähelle kangasta, eikä se minua palvellut kassan mieshenkilö edes tarjoutunut hyvittämään asiaa mitenkään...*

(TPP 103) *Lipunmyyjä nappasi rahat kädestäni ja sanoi työkeästi "tomitaan nyt, että päästään eteen päin"*

Nimeämisilmauksiin liittyvä kielteisyys on palautteissa usein kerrostunutta. Jos nimeämisilmaus ilmentää kielteisyyttä, se voi ilmentää sitä kahdella tasolla: joko nimeämisilmauksen edussana tai sen määritteet tai ne molemmat voivat olla kielteisyyttä ilmentäviä. Nimeämisilmauksen lisäksi myös ilmauksessa nimetyn asiakaspalveluhenkilön toiminnan kuvailu voi ilmentää kielteisyyttä. Tällöin kielteisyys ilmiönä ei kuitenkaan liity juuri itse nimeämisilmaukseen, vaan asiakaspalvelutilanteen prosessin kuvailuun.

5.3. Keskustelun periaatteiden rikkominen

Tässä luvussa vastataan tutkimuskysymykseen ”Miten vuorovaikutusta rikotaan asiakaspalautteissa?”. Asiakaspalautteita tarkastellaan H. P. Gricen yhteistyön periaatteen eli keskustelun maksiimien avulla. Luvussa selvitetään, miten kvantiteetin, relaation, kvaliteetin ja tavan maksiimeja rikotaan asiakaspalautteissa. Tämän tarkastelun avulla osoitetaan, miten palautteen-

kirjoittajat rikkovat vuorovaikutuksen sujuvaa etenemistä ja yhteistyön säilymistä asiakaspalautteita kirjoittaessaan.

Asiakaspalautteet sisältävät runsaasti vihjailevia, erilaisia merkityspotentiaaleja sisältäviä ilmaisuja. Näihin ilmaisiin on mahdollista päästä käsiksi Gricen maksimien avulla, jotka osoittavat nimenomaan juuri ideaalisen vuorovaikutustilanteen ja näin ollen mitään vihjailemattoman, osapuolten vilpittömän keskustelun rajat (Hakulinen – Karlsson 1979: 294). Gricen maksimien tarkastelun avulla on mahdollista luoda käsitys palautteenkirjoittajien tilanteisista tarkoituksista ja tarkastella palautteiden erilaisia vihjamerkityksiä eli implikatuureja.

Gricen maksimit soveltuvat erittäin hyvin epäsuoran ja vihjailevan kielenkäytön kuvailun ja selityksen perustaksi (Hakulinen – Karlsson 1979: 294). Kielteiset asiakaspalautteet ovat, niissä toisinaan esiintyvistä kohteliaisuudesta huolimatta, pääasiassa näennäisen kohteliaita ja epäkohteliaisuutta vihjailevia tekstejä. Palautteenkirjoittajat eivät siis läheskään aina noudata Gricen maksimeja.

Taulukko 16 kuvaa Gricen keskustelun maksimien rikkomista tutkimusaineistossa:

Aineisto	Vähintään yhtä maksimia rikotaan	Mitään maksimia ei rikota
KLP-aineisto	78 (78,0 %)	22 (22,0 %)
TPP-aineisto	88 (88,0 %)	12 (12,0 %)
Koko aineisto	166 (83,0 %)	34 (17,0 %)

Taulukko 16. Gricen maksimien rikkominen (palautetta/aineisto).

Taulukosta 16 nähdään, että Finnkinno Oy:n kielteisissä asiakaspalautteissa on varsin tavallista rikkoa keskustelun maksimeja. Sellaisia palautteita, joissa rikotaan vähintään yhtä keskustelun maksimia, on koko aineistossa yli neljä viidesosa. Siten sellaisia palautteita, joissa ei rikota yhtäkään maksimia, on koko aineistosta vain vajaa viidennes. Näissä palautteissa palautteenkirjoittajat noudattavat niin kvantiteetin, relaation, kvaliteetin kuin ta-

vankin maksiiimeja. Tällöin palautteissa annetaan vastaanottajalle juuri sopiva määrä informaatiota, niissä ei väitetä mitään perusteetta, niissä ei kerrota palautteen sisällön kannalta mitään epäolennaista, eikä niiden kielellinen ilmaisu ole monitulkintainen tai epäselvä.

Kvantiteetin maksiiimin rikkominen liittyy asiakaspalautteessa annetun informaation määrään: kvantiteetin maksiiimia rikotaan, jos vastaanottajalle annetaan tietoa liian laajasti tai toisaalta liian suppeasti. Kaikki ilmaukset, jotka eivät anna mitään lisätietoa asiasta, ovat redundantteja, jolloin ne rikkovat kvantiteetin maksiiimia (Leech 1983: 90). Tällöin palautteen vastaanottajalle annetaan tietoa määrällisesti liian paljon. Toisaalta myös silloin, kun tietoa annetaan liian suppeasti, rikotaan kvantiteetin maksiiimia. Tällöin puolestaan tietoa annetaan määrällisesti liian vähän. Annetaanpa tietoa sitten liian paljon tai liian vähän, tiedon välittyminen vastaanottajalle ja sen ymmärtäminen vaikeutuvat.

Relaation maksiiimin rikkominen liittyy asiakaspalautteessa annetun informaation relevanttiuteen eli olennaisuuteen. Relaation maksiiimia rikotaan, jos palautteessa annettu tieto ei ole vastaanottajan kannalta olennaista tai tarpeellista. Kvantiteetin ja relaation maksiiimit siis limittyvät toisiinsa. Kun palautteenkirjoittaja kertoo tapahtumista liian laajasti eli rikkoo kvantiteetin maksiiimia, hän tällöin myös kertoo palautteessaan vastaanottajan kannalta jotakin epäolennaista eli rikkoo relaation maksiiimia. Jos palautteenkirjoittaja sen sijaan kertoo tapahtumista liian suppeasti, hän jättää tällöin myös kertomatta palautteen vastaanottajan kannalta jotakin olennaista. Jos asiakaspalautteessa siis rikotaan kvantiteetin maksiiimia, siinä rikotaan myös relaation maksiiimia (KLP 104 ja TPP 105):

(KLP 104) *Tänään ke 8.6.05 Turun sanomissa on teidän ilmoitus huomisesta superpäivä kaikki leffat a´ 5 e !! Ilmoituksen alaosassa lukee: Ennakkona Juliassa-Salamasepra -s- klo 17.45 ja Mr & Mrs Smith -k15- klo 20.30 . Luin aamulla lehteä ja huomasin ilmoituksen. Tyttäreni 9- vuotissynttäreitä oli pitänyt siirtää jo isoveljen lakkiaisten takia ja niinpä ehdotin tyttärelleni elokuvasynttäreitä huomenna to:na. Tytär kirjoitti innostuneena nimelistan kutsuttavista ja soitin Finnkinon puhelinmyyntiin klo*

8.18 ja siellä naishenkilön toimesta minulle ilmoitettiin, että kyseistä elokuvaa Salamaseepuraa ei esitetä to:na vaan vasta pe:na!!! Pe ei meille sovi! Voitte kuvitella miten pettynyt tyttäreni oli ja koska synttärisuunnittelut olivat ehtineet jo pitkälle, kun niitä oli jo tunnin ehditty suunnitella ja autokyytejäkin pohtia tarjoiluja myöden!!!! Miten tämän asia kanssa oikein on , mihin luottaa???

(TPP 105) *Haluaisimme nyt ehdottomasti saada vastauksen siihen, että miksi emme päässeet katsomaan 5.9.04 kello 16.15 **KOKOPERHEEN** elokuvaa Karvinen, helsingin_tennispalatsiin?? Olimme varanneet liput jo etukäteen ja ovella mies henkilö kieltäytyi päästämästä meidät sisään, koska nuorin lapsemme on 3.5 vuotias ja elokuva spotti 2:ssa tätä mainostettiin **KOKOPERHEEN ELOKUVAKSI!!!!** Kaiken huippu oli se, kun menimme vaihtaa liput rahaksi, niin kassa neiti sanoi että ikäraja on 7v, mutta riittää kun on 5 vuotias?? Kysyimme että onko ikäraja siis 5v vai 7v, niin emme saaneet vastausta!! Jos siis ikäraja on 7v, niin kuinka voi riittää että on 5v jotta pääsee sisälle?? Miksei siis ikäraja voinut tipahtaa 3.5vuoteen, kun se tippui 7vuotiaasta 5 vuotiaaseen!! Ja miksi sitä mainostetaan kokoperheen elokuvana, kun se ei sitä ollut????? Nyt meidän 6v tyttömme pahoitti mielensä erittäin paljon, kun ovelta käännytettiin takaisin... eihän hänenkään olisi sitten pitänyt päästä sisälle kun ikäraja 7v.. ihmettelemme kovasti, kuinka se ikäraja ovella tippui 5vuoteen eikä esim 3.5vuoteen, jotta olisimme päässeet sisälle.. Vaadimme vastausta tästä, koska petyimme todella! Aika ristiriitaista että netissä mainostetaan kokoperheen elokuvana ja ikäraja 7v vai lieneekö nyt 5v kun emme saaneet vastausta. Kokoperheen elokuva on sellainen johon pääsee todella kokoperhe!!!!*

Esimerkissä KLP 104 palautteenkirjoittaja kuvailee asioita, jotka ovat vastaanottajan kannalta ei-informatiivisia tai vastaanottajan itsensä pääteltävissä olevia. Palautteen vastaanottaja ymmärtää kertomattakin kirjoittajan lukeneen lehteä ja havainneen ilmoituksen. Lisäksi syntymäpäivistä ja lakkiaisista kertominen on vastaanottajan kannalta ei-informatiivista, palautteen aiheen ymmärtämisen kannalta ylimääräistä ja epäolennaista tietoa. Myös

saman asian toistaminen rikkoo kvantiteetin ja siten myös relaation maksimia: palautteessa vastaanottajalle annetaan siis juuri määrällisesti liikaa ja asiaan kuulumatonta tietoa.

Esimerkissä TPP 105 palautteenkirjoittaja puolestaan toistaa tarpeettomasti selvästi kahta seikkaa: koko perheen elokuvaa ja elokuvan ikärajaa. Myös tällöin palautteenkirjoittaja antaa vastaanottajalle määrällisesti liikaa tietoa eli rikkoo kvantiteetin maksimia. Epäolennaisten asioiden kertominen puolestaan rikkoo relaation maksimia. Liiallisella asioiden taustoittamisella ja selittämisellä on asiakaspalautteessa kuitenkin selvästi oma tehtävänsä. Taustoittamisella ja selittämisellä palautteenkirjoittajat pyrkivät varmistamaan asian välittymisen vastaanottajalle ja herättämään tämän huomion ja sympatian.

Esimerkeistä KLP 104 ja TPP 105 voidaan nähdä, että palautteet eivät ole kovinkaan vuorovaikutuksellisia. Molemmat palautteet ovat palautteen sisällön ymmärtämisen kannalta liian pitkiä, ja niissä kerrotaan liian paljon asian ymmärtämisen kannalta turhaa tietoa. Molemmat palautteet sisältävät palautteen antamisen syyn, tapahtumapaikan ja -ajan eli asian ymmärtämisen kannalta olennaiset tiedot. Lisäksi niissä kerrotaan paljon turhaa, tarpeetonta tietoa, jolloin itse asia hukkuu ylimääräisen tekstimassan sekaan. Näin ollen palautteiden ymmärtäminen vaikeutuu, eivätkä ne ole siten kovin vuorovaikutuksellisia eivätkä johdonmukaisia tai ymmärrettäviä.

Esimerkit KLP 106 ja TPP 107 kuvaavat palautteita, joissa palautteenkirjoittaja antaa vastaanottajalle tietoa liian suppeasti:

(KLP 106) *Kinolippupalvelu mättää pahasti! Monta kertaa oon sinne soittanu, eikä homma toimi. Ihmeellistä touthua!!!*

(TPP 107) *Moi! Kävimme eilen illalla teatterissanne. Kyllä oli palvelu tosi surkeeta ja yrmeätä ja nyt kyllä HARMITTAA kun meni leffailta pilalle. Yrittäkää ny vähän tsempata että teillä viittii käydä. Voihan tässä kaupungissa mennä myös muualle kattoon leffaa!!*

Esimerkeissä KLP 106 ja TPP 107 palautteenkirjoittajat ilmoittavat tyytymättömyytensä aiheen eli kielteisen mielipiteensä asiakaspalvelusta. Kirjoittajat jättävät kuitenkin tarkemmin selittämättä ja perustelematta mielipiteensä, jolloin vastaanottajan on mahdoton tietää, mitä asiakaspalvelutilanteessa on tapahtunut ja miksi. Vastaanottaja ei myöskään voi palautteenkirjoittajan (TPP 107) kehotuksesta huolimatta tehdä tilanteelle mitään. Molemmissa esimerkeissä rikotaan kvantiteetin maksiimia, koska niissä ei anneta vastaanottajalle riittävästi tietoa. Molemmissa palautteissa rikotaan siten myös relaation maksiimia, koska jotakin palautteen kannalta olennaista jää kertomatta vastaanottajalle.

Esimerkeissä KLP 106 ja TPP 107 palautteiden vuorovaikutuksellisuus on heikkoa. Palautteet eivät sisällä olennaisimpia tietoja tapahtumista, niiden ajasta tai paikasta. Palautteiden perusteella vastaanottajan ei ole mahdollista päätellä, mikä on palautteenkirjoittajien perimmäinen syy antaa asiakaspalautetta. Palautteenkirjoittajat antavat vastaanottajalle yksinkertaisesti liian vähän tietoa tapahtumista.

Tutkimusaineisto osoittaa, että asiakaspalautteissa on selvästi tavallisempaa kertoa asioista liian laajasti kuin liian suppeasti (kvantiteetin maksiimin rikkominen). Tällöin myös epäolennaisten asioiden kertominen (relaation maksiimin rikkominen) on palautteissa tavallisempaa kuin se, että olennaisista asioista ei kerrotaisi.

Kvaliteetin maksiimin rikkominen liittyy asiakaspalautteessa annetun informaation laatuun. Ilmaus voi olla looginen ja totuudenmukainen, mutta pragmaattisesti harhaanjohtava (Leech 1983: 91), jolloin se ei sovi tilanteeseen. Kvaliteetin maksiimia rikotaan, kun annettu tieto ei ole laadullisesti kelvollista tai annettu tieto ei ole totuudenmukaista. Kvaliteetin maksiimia rikotaan esimerkiksi silloin, kun palautteenkirjoittajat väittävät jotakin sellaista, josta heillä ei ole näyttöä. Tällöin annettu tieto ei ole palautteen antamisen kannalta laadullisesti kelvollista (KLP 108 ja TPP 109):

- (KLP 108) *Hei,
Olimme tyttöystävän kanssa varanneet puhelimitse liput lauantaina(12.03.2005) Tampereelle plevnassa, merisisälläni(20:30) näytökseen. **Kinolipun asiakaspalvelijalla taisi olla kiire tauolle tai jotain, sillä liput olivat menneet väärään leffan ja teatterilla saimme paikat lopulta eturiviin... Harmittaa, kun kuitenkin olimme varanneet toiset paikat takaa. Lisäksi leffan ääniraidassa tai jossain oli **TODELLA** häiritsevä "rätinä" tms. häiriö. Mukava leffailta meni siinä piloille, ei ole minusta kovinkaan kiva maksaa 9euroa lipusta ja sitten todeta tuollaista. Koimme siinä menneen 18 euroa kankkulan kairoon. --***
- (TPP 109) *Miten te kehtaatte esittää sitä H&M:n ylipitkää ja jumalattoman huonoa mainos/musiikkivideota? **Tarkoitus on kyllästyttää asiakkaat pois ennen elokuvan alkua?** Voisitte käyttää hieman harkintaa sen sijaan että sallitte kaiken mistä maksetaan riittävästi. **Henkilökuntaannekin varmaan ottaa jo päähän,** kun nyt vähän jokainen tuntui elokuvan jälkeen huomauttavan heille asiasta lipunmyynnissä! Minua ei ainakaan tulla aikoihin näkemään Finnkinon teattereissa, eikä kyllä H&M:ssäkään.*

Esimerkeissä KLP 108 ja TPP 109 palautteenkirjoittajat arvelevat ja väittävät sarkastisesti asiakaspalvelijan ja yrityksen toiminnasta jotakin sellaista, josta heillä ei ole todellista näyttöä. Kirjoittajat eivät voi tietää, onko asiakaspalvelijalla todellisuudessa ollut kiire tauolle tai että salliiko Finnkino Oy kaiken, mistä maksetaan riittävästi. Palautteissa annettu tieto ei siten ole välttämättä totuudenmukaista, sillä palautteenkirjoittajat eivät voi varmuudella tietää asioiden todellista tilaa. Tällaiset väitteet ovatkin kirjoittajien subjektiivisia näkemyksiä ja olettamuksia, joita he eivät voi osoittaa todeksi. Nämä väitteet rikkovat kvaliteetin maksimiamia.

Edellisistä esimerkeistä voidaan nähdä, että palautteissa esiintyvien väitteiden perusteina ovat ainoastaan palautteenkirjoittajien omat tulkinnat tilanteesta. Syyttävillä väitteillä, joita palautteenkirjoittajat eivät voi osoittaa todeksi, hyökätään vastaanottajaa kohti. Tällöin palautteenkirjoittaja ei edistä suotuisaa vuorovaikutusta itsensä ja vastaanottajan välillä.

Tavan maksimin rikkominen liittyy asiakaspalautteessa annetun informaation tapaan eli siihen, miten annettu informaatio esitetään. Tavan maksimia rikotaan, jos asiaa ei palautteessa esitetä selvästi ja ymmärrettävästi ja jos kirjoittaja käyttää epäselviä ja monitulkintaisia ilmauksia (KLP 110 ja TPP 111):

(KLP 110) *JO ON HYVÄÄ PALVELUA!!! KUKA VASTAA ASIAKASPUHELUIHIN, ELI LIPUNVARAUKSIIN?? SOITIN VARMAAN #= MIN PUTKEEN, KUKAAN EI VASTAA!!!!!! YSTÄVÄNI SOITTAO MALLA PUHELIMELLAAN; SAMA JUTTU! TOISTAA VAIN "PALVELEMME HETKEN KULLUTTU" JA MUSIIKIT SOI NIIN KOVALLA ETTÄ OLISI PAREMPI KUIN EI OLISI EDES MITÄÄN ODOTUSMUSIIKKIA. OLISI KIVA SAADA VASTAUSTA TÄHÄN MAILIIN. ERITTÄIN SURKEETA ASIAKASPALVELUA. ENNEN NETIN KAUTTA OLI HELPPO VARATA LIPUT, MUTTA EI ENÄÄ! SEKIN HELPPOUS PILATTIIN SILLÄ, ETTÄ LIPUT TÄYTYY MAKSAA HATI. VAIHDETAANPAS SITTEN LEFFATEATTERIA!!!!!!!!*

(TPP 111) *iltaa olin katsomassa elokuvaa white noise 5.6 no elokuvan loputtua lähdin exit nuolen mukaan poistumaan ja kun pääsimn ovesta tuli Etunimi niminen vahtimestari HYVI AGRESIIVISESTI sanomaan "toisesta ovesta ulos" sanoi minulla on hätä ja exit nuoli näytti tänne?? hän sanoi" siinä oli remmi" no minä liilin se van unohtuneen sanoin ja hän poistui no menin sanomaan toiselle erittäin kohteliaalle vahtimestarille ja näytinn kenestä oli kysymys:silloin tämä Etunimi taas tuli hyvin agressiivisesti paikalle ja sanoin sinulla oli väärä asenne koska nuoli näytti juuri sinne mihin minä erehdyksessäö menin no hän oli todellakin vihaisen oloinen ja sanoinkin teen sinusta valituksen siihen hän HYVIN YLIMIELISESTI SANOI SENKUS TEET no tässä kaikki lyhykäisyydessään minä muuten olen suurkuluttaja leffojen suhteen käyn 1-3 kertaa viikossa ja ensimmäisen kerran koin epämiellyttäväksi käyntini..hmm mitenkä meinaatte hyvittää ja saada minut uskaltamaan tulemaa taas mikavaan tennispalatsin teatteriin kokematta pelkoa ,että tämä kyseinen Etunimi ei*

vaan milllääntävoin vaikeuttaisi minun elokuvanautintoani

Esimerkit KLP 110 ja TPP 111 osoittavat, että palautteet, joissa rikotaan tavan maksiimia, ovat vastaanottajan kannalta varsin vaikeaselkoisia. Tavan maksiimia rikkovissa asiakaspalautteissa on myös usein runsaasti oikeakielisyys- ja lyöntivirheitä. Palautteista puuttuu esimerkiksi välimerkkejä, ja lauserakenteet ovat usein puutteellisia, mikä vaikeuttaa olennaisesti palautteen ymmärtämistä. Tällaiset palautteet eivät ole vuorovaikutuksellisesti hyvän tavan mukaisia, sillä vastaanottaja joutuu ponnistelemaan ymmärtääkseen niiden sisällön.

Taulukko 17 kuvaa yhteistyöperiaatteen eli keskustelun maksiimien rikkomista tutkimusaineistossa:

Aineisto	Kvantiteetin maksiimin rikkominen	Relaation maksiimin rikkominen	Kvaliteetin maksiimin rikkominen	Tavan maksiimin rikkominen
KLP-aineisto	63 (63,0 %)	63 (63,0 %)	41 (41,0 %)	13 (13,0 %)
TPP-aineisto	82 (82,0 %)	82 (82,0 %)	36 (36,0 %)	16 (16,0 %)
Koko aineisto	145 (72,5 %)	145 (72,5 %)	77 (38,5 %)	29 (14,5 %)

Taulukko 17. Yhteistyöperiaatteiden rikkominen (palautetta/aineisto).

Taulukosta 17 nähdään, että kvantiteetin ja relaation maksiimeja rikotaan sekä KLP- että TPP-aineistossa selvästi eniten. Asiakaspalautteissa on tavallista kertoa asioista liian laajasti, jolloin niissä myös kerrotaan paljon sellaista, joka ei ole olennaista. Kvaliteetin ja relaation maksiimeja rikotaan lähes kahdessa kolmasosassa KLP-aineiston palautteita ja hieman yli neljässä viidesosassa TPP-aineiston palautteita. Siten näiden molempien maksiimien rikkominen on TPP-aineistossa KLP-aineistoa yleisempää, mikä johtunee siitä, että TPP:t ovat sanamääriltään keskimäärin KLP:ita pidempiä. Tällöin TPP:issa rikotaan kvantiteetin maksiimia yleisimmin juuri siten, että niissä annetaan määrällisesti liikaa tietoa. Relaation maksiimia rikotaan TPP:issa tavallisimmin siten, että kaikki annettu tieto ei ole relevanttia eli olennaista.

Kvaliteetin maksimiamia rikotaan lähes kahdessa viidesosassa koko aineiston palautteita. Tätä maksimiamia rikotaan siis molemmissa osa-aineistoissa suunnilleen yhtä paljon. Kvaliteetin maksimiamia rikotaan kuitenkin molemmissa osa-aineistoissa selvästi kvantiteetin ja relaation maksimiamia vähemmän. Palautteenkirjoittajat pyrkivät näin ollen suurimmassa osassa palautteita kertomaan asioista melko totuudenmukaisesti ja välittämään siten laadullisesti kelvollista informaatiota.

Tavan maksimiamia rikotaan 14,5 %:ssa koko aineiston palautteita. Tavan maksimiamia rikotaan siis molemmissa osa-aineistoissa selvästi vähiten, mikä johtunee siitä, että asiakaspalaute pyritään kielentämään – kielteisestä asiassällöstään huolimatta – mahdollisimman yksiselitteisesti ja selvästi, jotta viesti välittyisi vastaanottajalle hyvin ja jotta palautteella saataisiin aikaan jotakin.

Keskustelun periaatteiden rikkomisella on osaltaan selvä vaikutus asiakaspalautteiden kielteisen sävyn syntymisessä. Kun palautteenkirjoittajat eivät noudata keskustelun maksimiamia, he rikkovat tällöin yhteistyön periaatetta. Koska yhteistyön periaatteen noudattaminen on onnistuneen vuorovaikutuksen edellytys, sen rikkominen uhkaa tällöin onnistuneen vuorovaikutuksen syntymistä.

5.4. Kohteliaisuuden periaatteiden rikkominen

Tässä luvussa vastataan tutkimuskysymykseen ”Miten kohteliaisuutta rikotaan Finnkino Oy:n asiakaspalautteissa?”. Kohteliaisuuden rikkomista tarkastellaan Leechin kohteliaisuusmaksimiamien avulla ja selvitetään, miten sopuisuuden, sympatian, jalouden, hienotunteisuuden, hyväksymisen ja vaatimattomuuden maksimiamia rikotaan tutkimusaineiston asiakaspalautteissa.

Kohteliaisuus on aina onnistuneen vuorovaikutuksen edellytys. Kun palautteenkirjoittajat rikkovat asiakaspalautteissa kohteliaisuusmaksimiamia eli ovat epäkohteliaita, he toimivat tällöin myös vuorovaikutustilanteessa ennalta odotettuja kohteliaisuuskäytänteitä vastaan. Kohteliaisuusmaksimiamien

rikkomista yhdistää impositiivisuus eli palautteen vastaanottajan kasvojen uhkaaminen.

Hyväksymisen maksiimia rikkoessaan asiakaspalautteenkirjoittaja maksimoi vastaanottajan haukkumisen ja minimoii tämän kehumisen (KLP 112 ja TPP 113):

(KLP 112) *Mitä ihmettä – onko palvelussa vielä huonokuuloisiakin ihmisiä töissä??*

(TPP 113) *Kukaan henkilökunnasta saati sitten johtoporras ei tunnu ottavan tätä vakavaa asiaa vakavasti!!!*

Esimerkeissä KLP 112 ja TPP 113 palautteenkirjoittajat hyökkäävät asiakaspalveluhenkilökuntaa ja siten myös palautteen vastaanottajaa vastaan. Palautteenkirjoittajat haukkuvat asiakaspalveluhenkilökuntaa (*huonokuuloisiakin ihmisiä ja johtoporras ei tunnu ottavan tätä vakavaa asiaa vakavasti*) ja korostavat näin ollen sitä, että he eivät hyväksy näiden toimia. Haukkuminen ja moittiminen on suurin mahdollinen tapa osoittaa, ettei moitteiden kohteena olevia henkilöitä tai heidän toimiaan hyväksytä. Lisäksi suora haukkuminen loukkaa ja uhkaa asiakaspalvelijoiden ja palautteen vastaanottajan kasvoja ja siten rikkoo hyväksymisen maksiimia.

Sopuisuuden maksiimia rikkoessaan palautteenkirjoittaja maksimoi erimielisyyden itsensä ja vastaanottajan välillä. Sopuisuuden maksiimia rikkova palautteenkirjoittaja pyrkii kielellisillä valinnoillaan pitämään yllä eripuraa ja korostamaan omaa näkökulmaansa kielteisesti kokemastaan asiakaspalvelutilanteesta. Sopuisuuden maksiimin rikkominen eli eripuraa osoittaminen kohdistuu asiakaspalautteissa joko yksittäiseen asiakaspalveluhenkilöön (KLP 114 ja TPP 115) tai Finnkino Oy:n toimintaan yleensä (KLP 116 ja TPP 117):

(KLP 114) *No sanoin että kiitos ja teiltä ei asiakaspalvelija sanonut mitään takaisin ja luuri korvaan!*

(TPP 115) *kun tiedustelin mahdollisuutta vaihtaa lippuja, myyjä totesi, että lippujen mitätöinnissä on kuulemma liian iso työ eikä hän jaksa alkaa sitä tekemään.*

- (KLP 116) *Minusta elokuvissa tulisi olla kaikille jotain ja teillä on nyt vain lasten elokuvia ja toiminta/sota elokuvia.*
- (TPP 117) *Kuopiossa suurin teatteri "Maxim1" on niin törkeästi jäänyt jälkeen ajasta että on suorastaan kansan pettämistä ja riistämistä että sinne on pakko lähteä katsomaan parhaat ensi-illat*

Esimerkeissä KLP 114, TPP 115, KLP 116 ja TPP 117 näkyy palautteenkirjoittajien tuntema erimielisyys vastaanottajaa kohtaan. Koska asiakaspalautteen antamisessa on kyse ikävänä koetun asiakaspalvelutilanteen selittämisestä, on hyvin odotuksenmukaista, että asiakaspalautteissa korostetaan tilanteessa koettua eripuraa itsen ja toisen välillä.

Esimerkeissä KLP 114 ja TPP 115 palautteenkirjoittajat korostavat asiakaspalvelutilanteissa kokemaansa erimielisyyden tunnetta asiakaspalveluhenkilöitä kohtaan. Asiakaspalvelutilanteessa ei varsinaisesti ole tarvinnut esiintyä ilmiselvää erimielisyyttä juuri palautteenkirjoittajien ja asiakaspalveluhenkilöiden välillä. Palautteenkirjoittajat ovat kuitenkin asiakaspalvelutilanteissa kokeneet, että heitä on kohdeltu huonosti. Lisäksi palautteenkirjoittajat korostavat palautteen vastaanottajalle, että asiakaspalvelijat eivät ole vaikuttaneet halukkailta toimimaan heidän toivomallaan tavalla. Koska palautteenkirjoittajat ovat kokeneet tullessa huonosti ja vastahakoisesti palveluiksi, heidän suhtautumisensa asiakaspalvelijoihin on ollut erimielinen ja siten kielteinen. Tämä erimielisyys näkyy palautteissa huonon asiakaspalvelun korostamisena. Esimerkit KLP 116 ja TPP 117 kuvaavat myös palautteenkirjoittajien kokemaa eripuraa tunnetta. Näissä palautteissa kirjoittajat moittivat kuitenkin yksittäisten asiakaspalveluhenkilöiden sijaan Finnkino Oy:n toimintaa yleensä.

Koska palautteenkirjoittajat kokevat erimielisyyttä Finnkino Oy:tä ja/tai sen asiakaspalveluhenkilökuntaa kohtaan, on ymmärrettävää, että he eivät myöskään tällöin tunne sympatiaa näitä kohtaan. Usein sopuisuuden maksimiamia rikkovat kielelliset ilmaukset rikkovat samanaikaisesti myös sympatian maksimiamia. Asiakaspalautteenkirjoittajat paitsi kokevat eripuraa asiakaspalvelijoita ja Finnkino Oy:n toimintaa kohtaan, he eivät myöskään

ymmärrä, miksi tilanteessa on toimittu vastoin hyvän asiakaspalvelun käytänteitä.

Sympatian maksimia rikkoessaan palautteenkirjoittaja pyrkii minimoimaan sympatian ja ymmärryksen itsensä ja palautteen vastaanottajan välillä. Koska asiakaspalautteessa kerrotaan ikävänä koetusta asiakaspalvelutilanteesta, on ymmärrettävää, että palautteenkirjoittajat eivät juuri tunne myötätuntoa asiakaspalvelutilanteessa olleita henkilöitä, palautteen vastaanottajaa tai heidän edustamaansa yritystä kohtaan. Myös sympatian maksimin rikkominen eli ymmärtämättömyys toisen osapuolen toimintaa kohtaan voi kohdistua joko yksittäiseen asiakaspalvelijaan (KLP 118) tai yleisesti Finnkino Oy:hyn (TPP 119):

(KLP 118) *Varasimme liput Kinolipustaja ihmetteliinkin miksi varaaja ei voinut mainita kumman salin näytös on alkuperäisversio*

(TPP 119) *OLEN ERITTÄIN SUUTUKSISSA teidän touhuunne, kun teidän sarjalippukäytännöstä ei ole ennen kerrottu!!!!!!!!!!!!*

Esimerkeissä KLP 118 ja TPP 119 palautteenkirjoittajat ilmaisevat selvän ihmetyksensä ja suuttumuksensa asiakaspalveluun. Molemmat palautteenkirjoittajat kokevat, että asiakaspalvelijat ovat hoitaneet työnsä puutteellisesti ja että näiden toiminta on aiheuttanut heille mielipahaa ja ylimääräistä vaivaa. Koska palautteenkirjoittajien mielestä asiakaspalvelijat ovat syyllisiä asiakaspalvelutilanteen epäonnistumiseen, he eivät myöskään tunne sympatiaa ja ymmärtämystä näitä kohtaan.

Esimerkissä KLP 118 palautteenkirjoittaja antaa ymmärtää, että asiakaspalveluhenkilön olisi ollut mahdollista toimia toisin. Sanomalla ”varaaja ei voinut mainita” palautteenkirjoittaja vihjaa, että tilanteessa olisi ollut täysin mahdollista toimia toisin, jos lipunvaraaja vain olisi niin halunnut. Koska lipunvaraaja ei ole toiminut palautteenkirjoittajan toivomalla tavalla, palautteenkirjoittaja ei ymmärrä eikä tunne sympatiaa lipunvaraajaa ja tämän toimia kohtaan. Esimerkissä TPP 119 palautteenkirjoittaja ilmaisee selvästi olevansa pettynyt saamaansa asiakaspalveluun. Koska palautteenkirjoittajal-

le ei ole aiemmin kerrottu hänen tarvitsemaansa tietoa, hän kokee oman tietämättömyytensä olevan Finnkino Oy:n syy. Näin ollen hän ei myöskään tunne sympatiaa yritystä kohtaan.

Jalouden maksimiamia rikkoessaan palautteenkirjoittaja pyrkii esittämään asiansa siten, että hän saavuttaa tilanteesta parhaan mahdollisen hyödyn itselleen. Kielteistä asiakaspalautetta antaessaan palautteenkirjoittajat pyrkivät luonnollisesti maksimoimaan oman hyötynsä: palautteenkirjoittajat odottavat joko suoraan tai epäsuoraan hyötyvänsä jollakin tapaa palautteen antamisesta. Tässä tutkimuksessa jalouden maksimiin rikkomisen tarkoittaa siis sitä, että palautteenkirjoittaja pyytää tai vaatii vastaanottajalta jonkinlaista vastareaktiota palautteeseensa. Pyytämällä tai vaatimalla suoraan vastareaktiota palautteen vastaanottajalta palautteenkirjoittajat osoittavat, että he tiedostavat mahdollisuutensa hyötyä palautteen kirjoittamisesta. Palautteenkirjoittajat voivat hyötyä palautteistaan jollakin tavalla henkilökohtaisesti, tai Finnkino Oy:n toiminnan muutoksesta voivat hyötyä kaikki yrityksen asiakkaat. Hyötymisen tavoittelu osoittaa, että palautteenkirjoittajat pyrkivät maksimoimaan oman hyötynsä.

Jalouden maksimiin rikkomisen kohdistuu joko yksittäisiin asiakaspalveluhenkilöihin tai koko Finnkino Oy:hyn. Jalouden maksimiin rikkomisen voidaan jakaa neljään tyyppiin sen mukaan, miten palautteenkirjoittajat kielteivät oman hyötynsä ja toisen haitan maksimoimisen. Ensinnäkin jalouden maksimiamia voidaan palautteissa rikkoa siten, että palautteenkirjoittaja odottaa vastaanottajalta vastausta kysymällä palautteessaan jotakin (KLP 120 ja TPP 121):

(KLP 120) *Soitanko aina muka väärään aikaan?*

(TPP 121) *Onko tämä nykyinen käytäntö vai oliko kyseessä jokin ti-lapäinen häiriö?*

Esittämällä vastaanottajalle jonkin kysymyksen palautteenkirjoittajat osoittavat epäsuorasti, että palvelussa on jokin puute, johon he haluavat saada muutoksen. Osoittamalla kyseisen epäkohdan palautteenkirjoittajat aiheuttavat haittaa vastaanottajalle. Kirjoittajat pyrkivät hyötymään tilanteesta

paitsi kirjoittamalla asiakaspalautetta, myös saamalla palautteellaan aikaan muutoksen palvelussa. Tavoitellessaan itselleen mahdollisimman suurta hyötyä palautteenkirjoittajat rikkovat jalouden maksiimia.

Toiseksi jalouden maksiimia voidaan rikkoa siten, että palautteenkirjoittaja odottaa ja toivoo muutosta asiakaspalveluun tai johonkin muuhun Finnkino Oy:n toimintaan toimintakehotuskysymyksellään (KLP 122 ja TPP 123):

(KLP 122) *Voisiko tällaisten laatufilmien saapumisesta Jyväskylään tiedottaa jotenkin reilusti etukäteen (vaikka Kinolippuun tietämystä asiasta, kun nyt siellä ei kukaan puhelimeenvastaaja osaa sanoa oikein mitään!), että kiinnostuneet voisivat varautua.*

(TPP 123) *Kannattaisiko teidän markkinointiosaston nyt hei hiukan miettiä, mitä mainoksia elokuvien alkuun laitetaan!?*

Ehdottamalla palautteen vastaanottajalle toiminnan muutosta palautteenkirjoittajat pyrkivät saamaan aikaan muutoksen Finnkino Oy:n toiminnassa. Toiminnan muutoskehotus aiheuttaa vastaanottajalle vaivannäköä ja siten myös haittaa. Esimerkissä KLP 122 palautteenkirjoittaja kertoo palautteessaan saaneensa epätydyttävää ja moniselkoista palvelua. Palautteenkirjoittaja pyrkii hyötymään palautteestaan siten, että Finnkino Oy kehittäisi tiedotustaan ja Kinolippupalveluun saataisiin asiantuntevampaa henkilökuntaa ja siten parempaa tietämystä asioista. Esimerkissä TPP 123 palautteenkirjoittaja on tyytymätön elokuvien alussa esitettäviin mainoksiin. Hän toteaa sarkastisesti, että Finnkino Oy:n markkinointiosastolla ei lainkaan mietitä, millaisia mainoksia elokuvien alussa esitetään. Tällä sarkastisella huomautuksellaan palautteenkirjoittaja osoittaa, että Finnkino Oy:n toiminnassa on parantamisen varaa. Huomauttamalla epäkohdasta palautteenkirjoittaja pyrkii hyötymään mahdollisesta toiminnan muutoksesta. Oman hyödyn tavoittelu eli jalouden maksiimin rikkominen on siis varsin selvää sekä esimerkiksi KLP 122 että TPP 123.

Kolmanneksi jalouden maksiimia rikotaan siten, että palautteenkirjoittaja esittää vastaanottajalle suoran vaatimuksen (KLP 124 ja TPP 125):

(KLP 124) *vastatkaa heti!!!*

(TPP 125) *Vaadimme vastausta tästä, koska petyimme todella!*

Palautteen vastaanottajalle koitua haitta on sekä esimerkissä KLP 124 että esimerkissä TPP 125 selvä: vastaanottaja joutuu palautteenkirjoittajien vaatimuksesta vastaamaan ja selittämään jotakin. Palautteenkirjoittajat oletettavasti hyötyvät jollakin tavalla mahdollisesti saamastaan vastauksesta. Hyöty saattaa olla jonkinlainen hyvitys tai pelkkä vastaus palautteenkirjoittajan asiaan. Oman hyödyn vaatiminen ja varmistaminen suoralla vastauskäskyllä osoittaa, että palautteenkirjoittajat pyrkivät maksimoimaan oman hyötynsä. Siten he ilmiselvästi rikkovat jalouden maksiimia.

Neljänneksi jalouden maksiimia rikotaan siten, että palautteenkirjoittaja haluaa tai vaatii pelkän vastauksen sijaan jonkinlaista korvausta koetusta mielipahasta tai huonosta asiakaspalvelusta (KLP 126 ja TPP 127):

(KLP 126) *T: hyvitystä odottaen!*

(TPP 127) *Haluan että nämä minun teille antamani 18 euroa muutetaan uusiksi lipuiksi tai haluan saada niistä rahat takaisin*

Suoran korvausvaatimuksen esittäminen rikkoo jalouden maksiimia neljästä edellä mainitusta tyypistä kaikkein selvimmin. Konkreettisen korvauksen vaatiminen ja sen toteutuminen, esimerkiksi uusien lippujen tai rahallisen korvauksen muodossa, hyödyttää palautteenkirjoittajaa kaikkein maksimallisimmin. Esimerkissä KLP 126 palautteenkirjoittaja esittää suoran korvausvaatimuksensa palautteen nimimerkissä. Palautteenkirjoittaja olettaa, että vastaanottaja ymmärtää olevansa korvausvelvollinen ja toimii myös sen mukaisesti. Myös esimerkissä TPP 127 palautteenkirjoittaja osoittaa vastaanottajalle korvausvaatimuksensa. Tässä tapauksessa palautteenkirjoittaja esittää palautteen vastaanottajalle kuitenkin myös vaihtoehdot, miten hän haluaa saada korvauksen.

Jalouden maksiimia rikkoessaan henkilö saa itsensä helposti kuulostamaan uhrautujalta (Cruse 2000: 291–381). Jalous kohteliaisuuden osana

vaatii erityistä huomiota, sillä uhrautuva ilmaus saatetaan helposti tulkita marttyyriutena. Marttyyriuden käsite liittyykin hyvin läheisesti jalouden maksiimin rikkomiseen. Palautteenkirjoittajat voivat jonkinlaisen hyvityksen toivossa esittää asiansa siten, että he saavat itsensä vaikuttamaan eräänlaisilta uhrautujilta, marttyyreilta. Tällöin vastaanottajalle syntyy helposti velvollisuuden- ja syyllisyydentunne palautteenkirjoittajaa kohtaan. Nämä marttyyriutta ilmentävät ilmaukset ovat useimmiten hyvin affektiivisia, ja niillä vedotaan vahvasti vastaanottajan tunteisiin (KLP 128 ja TPP 129):

(KLP 128) *Jonkin aikaa väiteltäni tämän asiakaspalvelijan kanssa päätin lopettaa maksullisen puhelun ja **lähteä sateessa (!!!) kävellen** paikan päälle Tennispalatsiin.*

(TPP 129) *Johtuen kaatuneesta lippusysteemistä **seisoimme mukisematta jonossa mainitut 1h 15 min, vaikka olimme suunnitelleet käyttävämme ajan siihen että olisimme käyneet syömässä.***

Esimerkissä KLP 128 palautteenkirjoittaja osoittaa joutuneensa uhrautumaan asiakaspalvelijan kehnon toiminnan vuoksi. Viittaus puhelun maksullisuuteen osoittaa, että palautteenkirjoittaja on tyytymätön saamansa asiakaspalvelun laatuun. Asian selvittäminen on kestänyt liian kauan, eikä tuo selvittäminen ole tuottanut palautteenkirjoittajan toivomaa tulosta. Koska asiaa ei ole saatu selvitettyä puhelimitse, palautteenkirjoittaja kertoo vastaanottajalle hyvin tunteisiin vetoavasti joutuneensa näkemään lisävaivaa asiansa selvittämiseksi. Kertomalla affektiivisesti tapahtuneesta palautteenkirjoittaja toivoo hyötyvänsä palautteen kirjoittamisesta jollakin tavalla, jolloin puolestaan palautteen vastaanottaja saattaa kokea itsensä korvausvelvolliseksi.

Esimerkissä TPP 129 palautteenkirjoittajat korostavat joutuneensa yrityksen hitaan palvelun vuoksi uhrautumaan: he ovat jonottaneet pitkään, vaikka he olivat suunnitelleet käyttävänsä tuon ajan toisin. Kirjoittajat korostavat vastaanottajalle, että vaikka he ovat kärsineet huonosta palvelusta, he ovat *mukisematta* odottaneet vuoroaan. Tämän huomautuksen tarkoitus on saada vastaanottaja tuntemaan itsensä korvausvelvolliseksi, vaikka kor-

vausta ei varsinaisesti palautteessa vaaditakaan. Esimerkkien KLP 128 ja TPP 129 palautteenkirjoittajat toivovat siis hyötyvänsä jollakin tavalla palautteen antamisesta ja rikkovat siten jalouden maksimiam esiintymällä marttyreinä.

Hienotunteisuuden maksimiam rikkoessaan palautteenkirjoittaja esittää asiansa mahdollisimman tyyliä ja/tai käskävästi ajattelematta lainkaan vastaanottajan tunteita. Hienotunteisuuden maksimiam rikkoivissa palautteissa on sekä imperatiivisia (KLP 130 ja TPP 131) että muita hienotunteisuutta noudattamattomia, tyyliä ilmaisuja (KLP 132 ja TPP 133), jotka uhkaavat palautteen vastaanottajan kasvoja:

- (KLP 130) *Tehkää nyt jo hyvän bisneksen nimissä jotain!*
- (TPP 131) *Tämä Finnkinon toiminta [alkaa] olla vähän turhan paksua, koittakaa saada muutos tällaiseen paskaan.*
- (KLP 132) *Kyllä on Kinolippulinjoilla sitten aivan helvetin mielettömän ärsyttävän paska jonotusmusiikki...*
- (TPP 133) *Miten tuollainen roska voi päästä A, tehdyksi B, esitettyksi!*

Esimerkeissä KLP 130 ja TPP 131 palautteenkirjoittajien esittämät vaatimukset ovat hyvin käskviä. Ne eivät noudata hienotunteisia kohteliaisuussääntöjä, koska niistä puuttuvat muun muassa käskyä pehmentävät kielen keinot. Palautteenkirjoittajat eivät siten huomioi palautteen vastaanottajan tunteita. Esimerkeissä KLP 132 ja TPP 133 palautteenkirjoittajien toteamukset eivät ole suoria vaatimuksia, mutta niiden avulla pyritään kuitenkin saamaan aikaan muutos Finnkino Oy:n toimintatavoissa. Tällaiset yrityksen toimintaa arvostelevat tyyliä toteamukset ovat palautteenkirjoittajien selviä kannanottoja asiakaspalveluun, eikä niissä juuri näy vastaanottajan tunteiden huomioiminen.

Hienotunteisuuden maksimiam rikkoivat palautteenkirjoittajat korostavat usein turhautuneisuuttaan Finnkino Oy:n palveluun ja toimintatapoihin esimerkiksi voimasanoja käyttämällä. Koska palautteen vastaanottajaa ei henkilökohtaisesti tunneta tai kohdata, palautteenkirjoittajat voivat anonyymisti

loukata tätä seuraamuksitta. Loukkaava kielenkäyttö ja kaikenlaisen hienovaraisuuden puuttuminen palautteista saavat palautteenkirjoittajat kuulostamaan epäkohteliailta ja siten näyttämään vastaanottajan silmissä kielteisiltä.

Rikkoessaan **vaatimattomuuden maksiimia** palautteenkirjoittaja maksimoi itsensä kehumisen ja minimoi itsensä vähättelyn. Vaatimattomuuden maksiimia rikkoessaan palautteenkirjoittaja korostaa usein omaa toimintaansa ja sen hyvyttä ja järkevyyttä verrattuna asiakaspalveluhenkilökunnan toimintaan (KLP 134 ja TPP 135):

(KLP 134) *Mielestäni olin ohjeiden mukaisesti ja ajoissa varaamassa, joten sainko paikat eteen vain siksi, että annoin tytölle palautetta?*

(TPP 135) *Kun kysyin aivan asiallisesti, että saanko lautani takaisin sitten, kun elokuva loppuu, sain työkeän vastauksen lipuntarkastajalta. ”Katsotaan”.*

Esimerkeissä KLP 134 ja TPP 135 palautteenkirjoittajat korostavat omaa, mielestään asiallista ja oikeaa toimintaansa asiakaspalvelutilanteessa. Vaatimattomuuden maksiimi keskittyy palautteenkirjoittajan oman toiminnan ympärille: korostaessaan omaa toimintaansa palautteenkirjoittajat eivät noudata vaatimattomuuden maksiimia. He eivät siis ole vaatimattomia vaan pikemminkin itseään kehuvia tai jopa kerskailevia. Vaatimattomuuden maksiimin rikkomiseen ei kuitenkaan kuulu vastaanottajan tai muiden henkilöiden haukkuminen: oman toiminnan hyvyttä kuvataan vertaamalla sitä asiakaspalvelijan toimintatapaan, ja oma toiminta (*mielestäni olin ohjeiden mukaisesti ja ajoissa varaamassa ja kysyin aivan asiallisesti*) esitetään aina asiakaspalvelijan toimintaa parempana (*sain työkeän vastauksen lipuntarkastajalta*).

Toisinaan tekstikonteksti ohjaa tulkitsemaan palautteenkirjoittajien näennäisesti vaatimattomuuden maksiimia noudattavat eli kohteliaat ja omaa osaamista vähättelevät ilmaukset ironisiksi (KLP 136 ja TPP 137):

(KLP 136) *Tämänhän [hintojen korotus vähentää asiakkaita] nyt ymmärtää jo tällainen tavallinen kaduntallaajakin...*

(TPP 137) *Eikö tätä teatteritekniikkaa kuitenkin ”ammattimiehet” testaile, joten luulisi tällaiset ongelmat olevan helposti havaittavissa, kun amatöörikin asian huomaa?!?*

Esimerkeissä KLP 136 ja TPP 137 palautteenkirjoittajat identifioivat itsensä tavallisiksi kuluttajiksi (*tällainen tavallinen kaduntallaajakin ja amatöörikin*), mutta osoittavat kuitenkin samalla tietävänsä asioista yhtä paljon tai jopa enemmän kuin ammattilaiset. Näin ollen palautteenkirjoittajat esiintyvät vaatimattomina, mutta osoittavat ironisilla huomautuksillaan olevansa ainoastaan näennäisen vaatimattomia.

Taulukko 18 kuvaa kohteliaisuusmaksimien rikkomista tutkimusaineistossa:

Kohteliaisuusmaksimien rikkominen	KLP-aineisto	TPP-aineisto	Koko aineisto
Hyväksymisen maksiimi	100 (100,0 %)	100 (100,0 %)	200 (100,0 %)
Sopuisuuden maksiimi	76 (76,0 %)	90 (90,0 %)	166 (83,0 %)
Sympatian maksiimi	58 (58,0 %)	90 (90,0 %)	144 (72,0 %)
Jalouden maksiimi	77 (77,0 %)	59 (59,0 %)	136 (68,0 %)
Hienotunteisuuden maksiimi	38 (38,0 %)	45 (45,0 %)	83 (41,5 %)
Vaatimattomuuden maksiimi	7 (7,0 %)	44 (44,0 %)	51 (25,5 %)

Taulukko 18. Kohteliaisuusmaksimien rikkominen (palautetta/aineisto).

Taulukosta 18 nähdään, että koko aineistossa rikotaan tavallisimmin hyväksymisen maksimia. Sitä rikotaan kaikissa tutkimusaineiston palautteissa. Koska kielteinen asiakaspalautte on aina moite asiakaspalvelijoiden ja siten myös koko Finnkino Oy:n toimintaa kohtaan, jokainen kielteisen asiakaspalautteenkirjoittaja rikkoo hyväksymisen maksimia. Toiseksi eniten palaut-

teissa rikotaan sopuisuuden maksimiamia, jota rikotaan yli neljässä viidesosassa koko aineiston palautteita. Sopuisuuden maksimin rikkomisen yleisyys kertoo siitä, että usein asiakaspalautteet heijastavat palautteenkirjoittajien kokemaa eripuraa ja ristiriitaa palautteen vastaanottajaan. Kielteistä asiakaspalautetta annetaan siis useimmiten sellaisista tilanteista, joissa palautteenkirjoittajien suhtautuminen asiakaspalvelijoihin tai näiden toimintaan on koettu kielteisenä ja jollakin tavoin riitaisana.

Myös sympatian maksimin rikkominen on asiakaspalautteissa hyvin yleistä, mikä johtuu sopuisuuden ja sympatian maksimien rikkomisen osittaisesta päällekkäisyydestä. Koska palautteenkirjoittaja kokee asiakaspalvelijan toiminnan kielteisenä, ei hän useimmiten tällöin myöskään tunne sympatiaa tai ymmärrystä tätä kohtaan. Sympatian maksimiamia rikotaan lähes kolmessa neljäsosassa koko aineiston palautteita. Sympatian maksimin rikkominen on TPP:issa KLP:ita yleisempää, mikä johtunee siitä, että TPP:iden kirjoittajat ovat kohdanneet heitä palvelleen asiakaspalvelijan henkilökohtaisesti elokuvateatterissa asioidessaan. Tällöin asiakaspalvelijan toimintaa kuvattaessa palautteenkirjoittajan subjektiiviset, visuaaliset havainnot asiakaspalvelutilanteesta sekä asiakaspalvelijasta yhdistyvät, jolloin kielteisyys puretaan henkilön toimintaan jossain tietyssä tilanteessa. KLP:t puolestaan eivät koskaan voi perustua visuaaliseen kokemukseen, joten asiakkaat purkavat palautteissaan tyytymättömyyttään pikemminkin asiakaspalvelutapahintaan ja Finnkino Oy:n yleiseen toimintatapaan kuin yksittäisen asiakaspalveluhenkilön toimintaan jossakin tilanteessa.

Myös jalouden maksimiamia rikotaan Finnkino Oy:n asiakaspalautteissa hyvin paljon: sitä rikotaan yli kahdessa kolmasosassa koko aineiston palautteita. On siis varsin yleistä, että palautteenkirjoittajat haluavat saada itsellensä palautteen kirjoittamisen avulla jonkinlaista hyötyä kokemastaan mielihäpästä. Hyötyä tavoitellaankin aina jollakin tavoin toisen eli vastaanottajaosapuolen kustannuksella. Palautteenkirjoittajat kokevat, että he asiakkaina ovat oikeutettuja saamaan korvausta tai hyvittelyä kokemastaan mielihäpästä.

Hienotunteisuuden maksimiamia rikotaan hieman yli kahdessa viidesosassa koko aineiston palautteita. On yllättävää, että tämän maksimin rikkomista esiintyy kielteisissä palautteissa näin vähän. Olisi odotuksenmukaista, että käskeminen, vaatiminen ja tylyys kuuluisivat useammin kielteisiin asiakaspalautteisiin. Palautteenkirjoittajat ovat siis pääosin melko hienotunteisia asiakaspalveluhenkilökuntaa ja palautteen vastaanottajaa kohtaan. Tämä johtunee siitä, että asian suhteellisen hienotunteisella, vähemmän käskävällä, esitystavalla, palautteen asia välittyy vastaanottajalle paremmin. Lisäksi palautteenkirjoittaja saa myös mahdollisesti aikaan haluamansa muutoksen Finnkino Oy:n toiminnassa.

Myös vaatimattomuuden maksimiamia rikotaan noin neljäsosassa koko tutkimusaineiston palautteita. Kuitenkin TPP-aineistossa vaatimattomuuden maksimiamia rikotaan selvästi enemmän kuin KLP-aineistossa: vaatimattomuuden maksimiamia rikotaan yli kahdessa viidesosassa TPP-aineiston palautteita, kun sitä vastaavasti rikotaan vain alle kymmenesosassa KLP-aineiston palautteita. Tämä ero selittyy sillä, että Kinolippu-palautteiden kirjoittajat eivät voi kovin paljon kuvailla ja korostaa omaa toimintaansa, koska asiointi asiakaspalvelijan kanssa on tapahtunut puhelimessa. Sen sijaan teatteripalvelupalautteiden kirjoittajien on mahdollista palautteissaan korostaa oman toimintansa osuutta elokuvateatterin asiakaspalvelutilanteessa.

Asiakaspalautteenkirjoittajat käyttävät myös kohteliaisuuden metalingvistisiä aspekteja kielentäessään kielteisiä asiakaspalvelukokemuksiaan. Kielteisten palautteiden kirjoittajat käyttävät näitä, tavallisesti vuorovaikutustilannetta keventäviä, kohteliaisuuskeinoja selvästi käänteisesti palautteissaan. Ironiaa ja liioittelua käytetään, toisin kuin kohteliaassa vuorovaikutustilanteessa, vahvistamaan palautteenkirjoittajien kielteisiä kokemuksia ja niiden välittymistä vastaanottajalle. Palautteenkirjoittajat eivät siis useimmiten pyri olemaan edes näennäisen kohteliaita, vaan usein he ironian ja liioittelun avulla ivaavat ja piikittelevät vastaanottajaa täysin avoimesti.

Asiakaspalautteissa ironisten ilmausten tarkoitus on osoittaa palautteen vastaanottajalle, että tämän tulisi tulkita ilmaukset nimenomaan päinvastoin kuin ne on esitetty (KLP 138 ja TPP 139):

- (KLP 138) *Sain tänään erittäin huonoa palvelua puhelimesta n. kello 11.55. – – **Kiitos** tylsälle lipunmyyjälle*
- (TPP 139) *Olimme sunnuntaina lasten päivän elokuvissa 2-vuotiaan tyttömme kanssa ja nimenomaan kysyin lipunmyyjältä onko leffa "Meren sininen" tälle 2-vuotiaalle hyvä. – – **mutta olipas tosi kiva havaita että siinä hän puhutaan englantia.** – –*

Esimerkissä KLP 138 palautteenkirjoittajan ei mitä todennäköisimmin ole tarkoitus kiittää häntä huonosti palvelutta asiakaspalvelijaa. Esittämällä kiitoksen huonosta palvelusta palautteenkirjoittaja osoittaa vastaanottajalle, että kiitokselle ei tosiasiallisesti ole mitään aihetta. Ironisen ilmauksesta tekee se, että siinä kiitetään tylsää lipunmyyjää huonosta palvelusta. Esimerkissä TPP 139 palautteenkirjoittaja esittää vastaanottajalle huomion, joka on selvästi tarkoitettu tulkittavaksi ironisesti. Palautteenkirjoittajasta tuskin oli oikeasti mukava huomata, että lastenelokuvassa puhuttiinkin englantia. Palautteenkirjoittaja antaa vastaanottajan ymmärtää, että hänen havaintonsa elokuvan kielestä ei ollut lainkaan miellyttävä.

Asiakaspalautteissa liioittelu on palautteenkirjoittajien keino suurennella tapahtunutta (KLP 140 ja TPP 141):

- (KLP 140) *Olen yrittänyt varata lippuja **koko tämän päivän.***
- (TPP 141) *Elokuvaelämys menee piloille, kun seuraavaa **toimintakohtausta joutuu** [liian kovien äänten vuoksi] **odottamaan kauhulla.***

Esimerkeissä KLP 140 ja TPP 141 palautteenkirjoittajat liioittelevat tapahtunutta. Esimerkissä KLP 140 palautteenkirjoittaja käyttää liioiteltua ajan ilmausta palautteensa tehokeinona: hän tuskin on käyttänyt elokuvalippujen varaamiseen kokonaista päivää. Esimerkin TPP 141 palautteenkirjoittaja puolestaan tehostaa palautteensa sanomaa käyttämällä liioiteltua tunneilmaisua kertoessaan tapahtuneesta vastaanottajalle. Kauhun tunteen ilmaiseminen on tilanteeseen nähden hyvin voimakas ja liioiteltu.

Ironian ja liioittelun käyttö Finnkino Oy:n kielteisissä asiakaspalautteissa osoittaa, että palautteenkirjoittajat tiedostavat näiden metalingvististen aspektien tehokkuuden mielipiteiden ja kannanottojen ilmaisussa. Ironian ja

liioittelun avulla palautteenkirjoittajat paitsi vahvistavat asiansa välittymistä vastaanottajalle, myös korostavat asiansa ja mielipiteensä merkitystä heille itselleen.

6. LOPUKSI

Tässä pro gradu -tutkielmassa on tarkasteltu Finnkino Oy:n kielteisten asiakaspalautteiden rakennetta ja sisältöä. Tutkielmassa on selvitetty, millaisia kielteiset asiakaspalautteet ovat rakenteeltaan eli mistä funktionaalisista rakenneosista ne muodostuvat, mitkä ovat rakenneosien tehtävät, ovatko toiset rakenneosat palautteiden kokonaisrakenteen kannalta pakollisempia kuin toiset, ja onko sähköinen asiakaspalaute rakenteeltaan kirjemäinen. Tutkielmassa on selvitetty myös, millaisia tutkimusaineiston kielteiset asiakaspalautteet ovat sisällöltään, eli millaisia puheakteja eli kielellisiä tekoja niissä esiintyy, miten niissä nimetään asiakaspalvelijoita, ja miten niissä rikotaan vuorovaikutusta ja kohteliaisuutta. Tutkimusaineiston palautteiden sisällön tarkastelun keskeisenä tavoitteena on ollut selvittää, miten palautteenkirjoittajat kielentävät kielteisyyttä, ja mistä osatekijöistä palautteiden kielteisyys muodostuu.

Kielteisyys ei ole yksiselitteinen ilmiö, ja siksi sitä ei ole vielä onnistuttu tyhjentävästi määrittelemään. Tässä tutkimuksessa kielteisyyttä on lähestytty myönteisestä ja kohteliaasta vuorovaikutustilanteesta käsin eli on tarkasteltu sitä, miten kielteisissä asiakaspalautteissa on toimittu vastoin odotuksenmukaisia vuorovaikutuskäytänteitä, ja millaisin puheteoin ja nimeämisin palautteenkirjoittajat ovat kielentäneet kielteisiä asiakaspalvelukokemuksiin.

Tämän pro gradu -tutkielman teoriaosuudessa on perehdytty siihen, millainen teksti, ja erityisesti sähköinen asiakaspalauteteksti, on tutkimuskohdeena. Lisäksi teoriaosuudessa on tarkasteltu vuorovaikutuksen ja kohteliaisuuden peruseriaatteita, joita ovat esittäneet Austin, Halliday, Grice ja Leech. Tutkimuksen aineiston analyysi on tehty tutkielman teoriaosuudessa esitettyjen teoreettisten lähtökohtien pohjalta.

Tämän tutkielman tutkimusaineisto muodostuu sadasta Kinolippupalautteesta ja sadasta teatteripalvelupalautteesta. TPP:t ovat sanamäärältään keskimäärin noin 47 % KLP:ita pidempiä. Tämä osa-aineistojen palautteiden keskimääräinen pituusero johtunee siitä, että TPP:iden kirjoittajien on

ollut mahdollista kuvailla asiakaspalvelutilannetta sekä auditiivisten että visuaalisten kokemustensa avulla, kun taas KLP:iden kirjoittajat ovat kirjoittaneet asiakaspalautettaan ainoastaan auditiivisten kokemustensa perusteella.

Tutkimusaineiston asiakaspalautteiden rakenteen analyysi osoittaa, että Finnkino Oy:n kielteinen asiakaspalaute koostuu erilaisista funktionaalisista rakenneosista. Nämä rakenneosat ovat alkutervehdys, aloitusjakso, keskikohta, lopetusjakso ja lopputervehdys. Alkutervehdys ja aloitusjakso muodostavat asiakaspalautteen alun ja lopetusjakso ja lopputervehdys asiakaspalautteen lopun. Keskikohta on itsenäinen asiakaspalautteen osa alun ja lopun välissä. Finnkino Oy:n kielteinen asiakaspalaute on näin ollen kolmiosainen teksti, jossa on alku, keskikohta ja loppu.

Kaikilla asiakaspalautteen rakenneosilla on oma tehtävänsä. Asiakaspalautteen alkutervehdyksen tehtävä on luoda vuorovaikutuksellinen suhde palautteenkirjoittajan ja vastaanottajan välille, ja aloitusjakson on tarkoitus johdatella vastaanottajaa palautteen aiheeseen. Asiakaspalautteen keskikohta on palautteen osa, jossa sen topiikkia käsitellään. Asiakaspalautteen lopetusjakso päättää varsinaisen topiikin käsittelyn ja johdattelee vastaanottajan palautteen loppuun. Lopputervehdys toimii alkutervehdyksen tavoin palautteenkirjoittajan ja vastaanottajan välisen kommunikaation ylläpitäjänä.

Alkutervehdys ei ole Finnkino Oy:n kielteisen asiakaspalautteen pakollinen eikä tyypillinen, vaan valinnainen rakenneosa. Alkutervehdyksiä on 35,0 %:ssa koko tutkimusaineiston palautteita. Alkutervehdykset voivat muodostua joko tervehdyssanasta ja vastaanottajaa puhuttelevasta sanasta tai yksittäisestä tervehdyssanasta. Molempien osa-aineistojen alkutervehdyksistä yli 90 % muodostuu yksittäisestä tervehdyssanasta. Se on siis selvästi tervehdyksen ja puhuttelun yhdistelmää tavallisempi alkutervehdystyyppi.

Aloitusjakso esiintyy molempien osa-aineistojen kaikissa palautteissa, joten aloitusjakso on Finnkino Oy:n kielteisen asiakaspalautteen pakollinen rakenne-elementti. Aloitusjaksot voivat tutkimusaineiston perusteella muodostua joko yhdestä tai kahdesta kokonaisesta virkkeestä tai epätäydellisestä

virkkeestä. Yhden kokonaisen virkkeen aloitusjakso on selvästi tyypillisin aloitusjaksotyyppeistä molempien osa-aineistojen palautteissa, sillä niitä on yli 90 % kaikista aloitusjaksotyypeistä. Tutkimusaineiston aloitusjaksot voidaan jaotella niiden sisällön perusteella seitsemään tyyppiin. Aloitusjakso voi olla palautteenkirjoittajan oman toiminnan kuvaus, palautteen antamisen pohjustus, kysymys, syyttävä kysymys, Finnkino Oy:n toiminnan kriittinen kuvaus, otsikkomainen tai parannusehdotus. Koko tutkimusaineiston perusteella tyypillisin aloitusjaksotyyppeistä on palautteenkirjoittajan oman toiminnan kuvaus, jota on 31,5 % tutkimusaineiston aloitusjaksoista.

Myös keskikohta on molempien osa-aineistojen kaikissa palautteissa. Se on siis Finnkino Oy:n kielteisen asiakaspalautteen pakollinen rakenneelementti. Keskikohta on myös asiakaspalautteen sanamääräisesti pisin rakenneosana. KLP:iden keskikohdat ovat keskimäärin 65,3 % TPP:iden keskikohtia lyhyempiä. Näin ollen palautteiden keskikohta on palautteen osa, jossa osa-aineistojen palautteiden keskimääräinen kokonaispituusero syntyy.

Lopetusjakso on Finnkino Oy:n kielteisen asiakaspalautteen pakollinen rakenneosana, eli se esiintyy molempien osa-aineistojen kaikissa palautteissa. Lopetusjaksot voivat tutkimusaineiston perusteella muodostua yhdestä tai kahdesta kokonaisesta virkkeestä, tai ne voivat olla epätäydellisiä virkeitä. Tyypillisin lopetusjaksotyyppeistä tutkimusaineistossa on yhden kokonaisen virkkeen muodostama lopetusjakso, jota on koko aineiston lopetusjaksotyypeistä 81,5 %. Lopetusjaksot voidaan jakaa niiden sisällön mukaan kuuteen tyyppiin. Lopetusjakso voi sisältää palautteen antamisen perustelua, muutosta tai -toivomuksen, Finnkino Oy:n toiminnan kritisointia, ihmettelevän kysymyksen, kiitoksen ja/tai toivotuksen tai sympatian tavoittelua. Koko tutkimusaineiston tyypillisin lopetusjaksotyyppeistä on palautteen antamisen perustelu, jota on 41,5 % tutkimusaineiston lopetusjaksoista.

Loppuverbaali on Finnkino Oy:n kielteisen asiakaspalautteen valinnainen rakenneelementti, eli se ei esiinny kaikissa tutkimusaineiston palautteissa. Loppuverbaali ei siten ole kovin tyypillinen palautteen rakenneosana, sillä se esiintyy vain koko tutkimusaineiston 44 palautteessa eli noin viidesosassa palautteista. Loppuverbaalit voivat olla kolmenlaisia: ne voivat

muodostua tervehdyssanasta ja kirjoittajan nimestä ja/tai yhteystiedoista, pelkästä palautteenkirjoittajan nimestä tai nimimerkistä. Tervehdyssanasta ja kirjoittajan nimestä ja/tai yhteystiedoista muodostuva lopputervehdystyyppi on selvästi yleisin koko aineistossa. Tätä lopputervehdystyyppiä on 77,3 % lopputervehdyksistä.

Tutkimusaineiston perusteella alkutervehdys näyttäisi olevan lopputervehdystä selvästi tavallisempi tervehdys: alkutervehdyksiä on 35 %:ssa koko tutkimusaineiston palautteita, ja lopputervehdyksiä on 21,5 %:ssa koko tutkimusaineiston palautteita. Tervehdys on siis tutkimusaineiston perusteella todennäköisempi palautteen alussa kuin sen lopussa. Alkutervehdysten suurempi määrä lopputervehdyksiin verrattuna osoittaa, että palautteenkirjoittajat saattavat tiedostaa ja muistaa vuorovaikutuksellisuuden palautteen alussa paremmin kuin sen lopussa.

Tutkimusaineiston perusteella on todennäköistä, että palautteenkirjoittajan ja vastaanottajan välinen vuorovaikutus heikkenee palautetta kirjoitettaessa: todennäköisyys sille, että palautteessa esiintyy sekä alku- että lopputervehdys on koko aineistossa vain 35,7 %. Alku- ja lopputervehdysten vähäinen määrä tutkimusaineistossa osoittaa, että Finnkino Oy:n sähköiset, kielteiset asiakaspalautteet eivät pääsääntöisesti noudattele kirjelmäistä tekstirakennetta. Vaikka palautteenkirjoittajat antavat palautetta sähköpostitse ja vaikka sähköpostilla on vastaanottaja, palautteenkirjoittajat eivät kuitenkaan miellä sähköpostitekstiään kirjelmäiseksi. Tutkimusaineisto osoittaa, että näitä sähköisiä asiakaspalautetekstejä ei siis mielletä henkilökohtaisiksi kirjeiksi. Koska tervehtiminen vuorovaikutustilanteessa on osoitus kohteliaisuudesta, alku- ja lopputervehdysten vähäinen määrä tutkimusaineistossa osoittaa myös, että Finnkino Oy:n kielteisiä asiakaspalautteita kirjoittavat palautteenkirjoittajat rikkovat hyvin usein myös tätä kohteliaisuutta ilmentävää kielellistä keinoa. Kielteisyys ilmenee tutkimusaineiston palautteissa usein siis myös alku- ja lopputervehdysten puuttumisena. Siten myös asiakaspalautteiden rakenne omalta osaltaan ilmentää kielteisyyttä.

Tutkimusaineiston analyysin perusteella voidaan sanoa, että tyypillinen Finnkino Oy:n kielteinen asiakaspalaute on rakenteeltaan sellainen, joka

muodostuu alusta, keskikohdasta ja lopusta ja on keskimäärin noin 84 sanan pituinen. Sen alkuun ei tyypillisesti kuulu alkutervehdystä, ja aloitusjakso muodostuu yhdestä kokonaisesta virkkeestä ja on keskimäärin noin 11 sanaa pitkä. Palautteen aloitusjaksossa palautteenkirjoittaja kuvaa tyypillisesti omaa toimintaansa asiakaspalvelutilanteessa. Palautteen keskikohta on keskimäärin noin 60 sanan mittainen tekstijakso, jossa palautteen topiikkeja kielennetään. Palautteen lopetusjakso muodostuu tyypillisesti yhdestä kokonaisesta virkkeestä ja on keskimäärin noin 13 sanan mittainen. Lopetusjaksossa palautteenkirjoittaja tyypillisimmin perustelee syytä palautteen kirjoittamiselle. Asiakaspalautteen loppuun ei tyypillisesti kuulu lopputervehdystä, eli palaute päättyy tavallisimmin palautteen lopetusjaksoon.

Kielteinen asiakaspalaute on arki- eli käyttöteksti, jolla on selkeä käyttötarkoitus, tavoite ja kokonaisrakenne. Asiakaspalautteenkirjoittajat välittävät kielteisissä asiakaspalautteissaan vastaanottajalle tietoa kielteisiin asiakaspalvelukokemuksiin liittyvistä kielteisistä ajatuksistaan ja tunteistaan. Asiakaspalaute on siis mitä suurimmassa määrin käytössä olevaa kieltä ja viestijöiden välistä tavoitteellista vuorovaikutusta.

Tämän pro gradu -tutkielman tutkimusaineiston sisällön analyysissa on tutkittu sitä, miten palautteenkirjoittajat toimivat vastoin odotettuja vuorovaikutus- ja kohteliaisuuskäytänteitä Finnkino Oy:n kielteisissä asiakaspalautteissa. Kun palautteenkirjoittajat kielteivät kielteisiä asiakaspalvelukokemuksiaan, he rikkovat keskustelun ja kohteliaisuuden periaatteita, nimeävät heitä palvelleita asiakaspalvelijoita ja tekevät erilaisia kielteisyyttä kielteviä puhetekoja. Kun palautteenkirjoittajat kirjoittavat kielteisiä asiakaspalautteita, palautteen vastaanottajan kasvot ovat alati uhattuina. Kielteisen asiakaspalautteen kirjoittaminen on jo itsessään vastaanottajan kasvoja uhkaavaa toimintaa, sillä kielteistä palautetta kirjoittaessaan palautteenkirjoittajat puuttuvat vallankäyttäjinä vastaanottajan ja Finnkino Oy:n toimintaan.

Kielentäessään kielteisiä asiakaspalvelukokemuksiaan asiakaspalautteenkirjoittajat tekevät erilaisia puhetekoja. Palautteenkirjoittajien puheteot realisoituvat palautteissa modaalisisina lausetyypeinä, jotka saavat erilaisia il-

lokutiivisia sävyjä. Tutkimusaineisto osoittaa, että palautteenkirjoittajat käyttävät palautteissaan useimmiten toteamuslauseita, joita on koko aineiston modaalisisista lausetyypeistä 87,4 %. Palautteenkirjoittajien tyypillisin puheteko on siis toteamus. Näin ollen asiakaspalautteet ovat hyvin kuvailevia ja kerronnallisia selostuksia kielteisistä asiakaspalvelutilanteista. Muita puhetekoja eli kysymyksiä (7,5 %), käskyjä (1,0 %) ja huudahduksia (4,1 %) on koko tutkimusaineiston palautteissa yhteensä 12,6 %. Oletusarvoisesti impositiivisimpia eli kasvoja uhkaavimpia modaalisia lausetyyppejä eli kysymyksiä ja käskyjä on tutkimusaineiston asiakaspalautteissa siis melko vähän. On yllättävää, että näitä tunnelatautuneita ja vallankäyttöä osoittavia lausetyyppejä on koko tutkimusaineistossa suhteellisen vähän. Onhan oletettavaa, että kielteisistä asiakaspalautetta kirjoitetaan usein kielteisessä ja turhautuneessa mielentilassa, jolloin kielteisten tunteiden voisi olettaa näkyvän enemmän myös palautteiden kielellisissä puheteoissa.

Tutkimusaineiston fraasi-ilmaukset on jaettavissa kielteisiin ja ei-kielteisiin puhetekoihin. Fraasi-ilmauksia on 24,0 %:ssa koko tutkimusaineiston palautteita, joista selvästi sarkastisia eli kielteisiä on noin 20 %. Asiakaspalautteissa ei siten useimmiten ole minkäänlaista fraasi-ilmausta eli kiitosta ja/tai toivotusta, sillä 76,0 % palautteista on fraasi-ilmauksettomia. Tutkimusaineisto osoittaa, että kielteisen asiakaspalautteen fraasi-ilmaukset ovat palautteiden kielteisestä kontekstista huolimatta pääosin neutraaleja tai myönteisiä. Fraasi-ilmausten neutraalius ja myönteisyys voidaan tulkita palautteenkirjoittajien haluksi ylläpitää myönteistä vuorovaikutusta palautteiden kielteisestä sisällöstä huolimatta.

Finnkino Oy:n kielteisissä asiakaspalautteissa palautteenkirjoittajat nimeävät asiakaspalveluhenkilöitä NP- ja AP-lausekkein. Nimeämisilmausten avulla palautteenkirjoittajat tuovat esiin asennoitumisensa ja tunteensa asiakaspalveluhenkilöihin ja tekevät heidät definiittisiksi. Definiittiseksi tekemisen keinoja ovat henkilöiden ikään, sukupuoleen, ulkonäköön ja toimenkuvaan viittaaminen sekä ajan ja paikan kuvaaminen.

Koko tutkimusaineistossa on 170 palautetta, joissa on yksi tai useampi asiakaspalveluhenkilöä kuvaava nimeämisilmaus. Näissä palautteissa on

yhteensä 312 nimeämisilmausta, joista lähes kaksi kolmasosaa on TPP-aineistossa ja yksi kolmasosa KLP-aineistossa. Koska TPP:iden kirjoittajat ovat asioineet elokuvateatterissa ja tavanneet heitä palvelleet asiakaspalveluhenkilöt henkilökohtaisesti, on ymmärrettävää, että TPP:iden kirjoittajat nimeävät asiakaspalvelijoita useammin kuin puhelimesta asioineet KLP:iden kirjoittajat.

Tutkimusaineiston nimeämisilmauslausekkeet muodostuvat joko pelkästä edussanasta tai edussanasta ja sen 1–4 määritteestä. Koko tutkimusaineiston tavallisin nimeämisilmaus käsittää pelkän edussanan, joita on 64,4 % kaikista nimeämisilmauksista. 24,4 % koko aineiston nimeämisilmauksista muodostuu edussanasta ja sen yhdestä määritteestä. Muita nimeämisilmauksia on koko tutkimusaineistossa siten vain hieman yli kymmenesosa.

KLP:iden nimeämisilmausten määrällisessä jakautumisessa eri nimeämisilmaustyyppihin on TPP:ita enemmän hajontaa. TPP:iden selvästi yleisin nimeämisilmaus käsittää pelkän edussanan (76,4 %). Myös KLP:iden yleisin nimeämisilmaus muodostuu pelkästä edussanasta (44,4 %), mutta myös edussanasta ja sen yhdestä määritteestä muodostuvia nimeämisilmauksia on KLP-aineistossa suhteellisen paljon (38,5 %). Tutkimusaineisto osoittaa siten, että teatteripalvelupalautteiden nimeämisilmaukset ovat KLP:iden nimeämisilmauksia yksinkertaisempia. Tämä osa-aineistojen välinen ero johtunee siitä, että elokuvateatterissa työskentelevien henkilöiden toimenkuville on selvät ammattinimikkeet, jolloin asiakaspalvelijoiden tehtävää ei useimmiten tarvitse kuvailla määrittein.

Nimeämisilmaukset voivat olla joko myönteisiä, neutraaleja tai kielteisiä. Tutkimusaineiston kaikista nimeämisilmauksista kuitenkin vain 13,7 % on selvästi kielteisesti asenteellisia. Sitien valtaosa palautteiden nimeämisilmauksista on ei-kielteisiä. Kielteisyys ei siis tavallisimmin henkilöidy itse asiakaspalvelijaan.

Kielteisyys voi nimeämisilmauksissa ilmetä niiden edussanasta, edussanan määritteistä tai niistä molemmista. Tyypillisimmin nimeämisilmausten kielteisyys ilmenee pelkässä lausekkeen edussanassa. Tällaisia nimeämisilmauksia on koko aineiston nimeämisilmauksista noin 60 %. Vaikka edussa-

nassa ilmenevä kielteisyys on molemmissa osa-aineistoissa tavallisinta, määritteisä ilmenevä kielteisyys on KLP:issa TPP:ita tavallisempaa. Tämä selittynee edelleen sillä, että KLP:iden nimeämisilmauksissa on enemmän määritteitä kuin TPP:issa. Se, että KLP:iden nimeämisilmauksissa on TPP:iden nimeämisilmauksia enemmän määritteitä, johtunee siitä, että Finnkino Oy:n Kinolippu-puhelinpalvelussa työskenteleville asiakaspalveluhenkilöille ei ole osoitettavissa yhtä selviä ammattinimikkeitä kuin elokuvateatterityöntekijöille.

Koska asiakaspalautteiden nimeämisilmaukset eivät pääosin ole kielteisiä, palautteenkirjoittajien kielteinen asennoituminen asiakaspalveluun ei tavallisesti ilmene asiakaspalvelijoiden nimeämisessä. Kielteisyys näkyikin useimmiten asiakaspalveluhenkilöiden toiminnan kielteisenä kuvaamisena.

Tutkimusaineiston asiakaspalautteissa toimitaan vastoin myönteisiä ja odotettuja vuorovaikutuskäytänteitä rikkomalla keskustelun periaatteita. Keskustelun periaatteita rikkoessaan asiakaspalautteenkirjoittajat jättävät noudattamatta kvantiteetin, relaation, kvaliteetin ja tavan maksiimeja. 83 %:ssa tutkimusaineiston palautteita rikotaan vähintään yhtä näistä maksii-meista. Maksii-mien rikkominen on osittain myös päällekkäistä, jolloin samassa palautteessa saatetaan rikkoa useampaa kuin yhtä maksii-mia. Tutkimusaineisto osoittaa siten, että kielteisissä asiakaspalautteissa on hyvin tavallista toimia vastoin keskustelun periaatteita eli sanoutua irti maksii-mien noudattamisesta.

Koko tutkimusaineiston palautteissa rikotaan tavallisimmin kvantiteetin ja relaation maksii-meja, joita rikotaan yli 70 %:ssa palautteita. Jos palautteenkirjoittaja rikko kvantiteetin maksii-mia eli kertoo asioista tarpeettoman laajasti, hän rikko myös relaation maksii-mia eli kertoo asioista siten aina myös epäolennaista tietoa. Jos palautteenkirjoittaja toisaalta kertoo asioista liian suppeasti ja jättää kertomatta jotakin olennaista, hän rikko myös tällöin kvantiteetin ja relaation maksii-meja. Tutkimusaineisto osoittaa, että kielteisissä asiakaspalautteissa on selvästi tavallisempaa kertoa asioista liian laajasti kuin liian suppeasti. Tämän voisi olettaa johtuvan siitä, että asiakaspalautteenkirjoittajat pyrkivät kielentämään asiansa mieluummin liian lave-

asti kuin liian suppeasti, jotta palautteen sisältö välittyisi vastaanottajalle mahdollisimman selvästi.

Kvaliteetin eli laadun maksimiam rikotaan 38,5 %:ssa koko aineiston palautteita. Kvaliteetin maksimiam rikkova palautteenkirjoittaja kertoo palautteessaan jotakin sellaista, jonka tueksi hänellä ei ole osoittaa perusteltuja argumentteja. Tällöin asiakaspalautteenkirjoittaja esittää palautteessaan laadullisesti kelvotonta tietoa. Koska kvaliteetin maksimiam pääosin noudatetaan tutkimusaineiston palautteissa, palautteenkirjoittajat eivät useimmiten esitä palautteissaan perusteetonta tietoa. Siten Finnkino Oy:n kielteisissä asiakaspalautteissa esitetty tieto voidaan tulkita tavallisimmin totuudenmukaiseksi.

Vähiten tutkimusaineiston palautteissa rikotaan tavan maksimiam. Sitä rikotaan vain 14,5 %:ssa koko aineiston palautteita. Tavan maksimiam rikkovat palautteenkirjoittajat ilmaisevat itseään epäselvästi ja monitulkintaisesti, jolloin palautteiden sisällön tulkinta vaikeutuu huomattavasti. Asiakaspalautteet, joissa rikotaan tavan maksimiam, ovat vaikeaselkoisia, sillä niissä on runsaasti oikeakielisyys- ja huolimattomuusvirheitä. Kielen normeista piittaamattomuus osoittaa, että palautteenkirjoittajat suhtautuvat välinpitämättömästi palautteen vastaanottajaan ja ylipäätään palautteen sisällön välittämiseen vastaanottajalle. Tavan maksimiam rikkovat palautteenkirjoittajat eivät siis näytä välittävän siitä, miten asia välittyy vastaanottajalle – pääasia on, että asia ylipäätään välittyy. Koska tavan maksimiam rikotaan tutkimusaineiston palautteissa kuitenkin suhteellisen vähän, suurin osa kielteisen asiakaspalautteen kirjoittajista pyrkii välittämään viestinsä vastaanottajalle ymmärrettävästi. Näin ollen voidaankin ajatella, että valtaosa palautteenkirjoittajista ymmärtää, että myös kielteinen asiakaspalautte on järkevä välittää vastaanottajalle mahdollisimman selvästi ja ymmärrettävästi.

Finnkino Oy:n kielteisissä asiakaspalautteissa rikotaan kohteliaisuuden periaatteita eli hyväksymisen, sopuisuuden, sympatian, jalouden, hienotunteisuuden ja vaatimattomuuden maksimiam. Koska kohteliaisuus on onnistuneen vuorovaikutuksen edellytys, kohteliaisuusmaksimiamista piittaamattomuus uhkaa palautteenkirjoittajan ja vastaanottajan välisen vuorovaiku-

tuksen onnistumista. Kaikissa tutkimusaineiston asiakaspalautteissa rikotaan vähintään yhtä kohteliaisuusmaksiiamia. Kohteliaisuusmaksiiamien rikkominen on osin keskustelun maksiiamien tavoin päällekkäistä, jolloin samassa palautteessa voidaan rikkoa useampaa kuin yhtä kohteliaisuusmaksiiamia.

Kielteisen asiakaspalautteen vastaanottaminen osoittaa aina yritykselle, että asiakas ei ole ollut tyytyväinen saamaansa palveluun. Koska kielteisissä palautteissa moititaan aina jollakin tapaa asiakaspalvelua ja yrityksen toimintaa, rikotaan siinä siten hyväksymisen maksiiamia. Näin ollen kaikissa tutkimusaineiston palautteissa rikotaan hyväksymisen maksiiamia. Vaikka palautteenkirjoittajat eivät moittisi asiakaspalvelijoita nimetessään näitä henkilökohtaisesti, on näiden toiminnan kielteinen kuvaaminen kuitenkin osoitus siitä, että asiakaspalvelutilanteessa tai Finnkino Oy:n toimintatavoissa on jotakin, jota palautteenkirjoittajat eivät ole hyväksyneet. Myös sopuisuuden maksiiamin rikkominen on hyvin tavallista tutkimusaineiston palautteissa. Sitä rikotaan 83 %:ssa palautteita, jolloin palautteenkirjoittajat esiintyvät palautteissaan eripuraisesti ja korostavat ristiriitaa itsensä ja asiakaspalvelijan välillä. Koska erimielisyys on kielteisissä asiakaspalautteissa varsin yleistä, on ymmärrettävää, että niissä ei myöskään useimmiten tunneta ymmärrystä asiakaspalvelijaa ja palautteen vastaanottajaa kohtaan. Siten sympatian maksiiamin rikkominen on myös hyvin tavallista tutkimusaineiston palautteissa. Sympatian maksiiamia rikotaan 72 %:ssa koko tutkimusaineiston palautteita.

Koska asiakaspalautteella pyritään usein saavuttamaan jonkinasteista hyötyä itselle, jalouden maksiiamin rikkominen on tutkimusaineiston palautteissa suhteellisen yleistä. Jalouden maksiiamia rikotaan 68 %:ssa koko tutkimusaineiston palautteita. Jalouden maksiiamia rikkovat palautteenkirjoittajat vaativat vastaanottajalta jonkinlaisia toimia oman hyötynsä saavuttamiseksi. Palautteenkirjoittajat voivat rikkoa jalouden maksiiamia kysymällä palautteen vastaanottajalta jotakin, esittämällä vastaanottajalle suoran toimintakehotuksen, esittämällä vastaanottajalle pyynnön tai vaatimuksen tai vaatimalla vastaanottajalta jonkinlaista korvausta. Näistä jalouden maksii-

mia selvimmin rikkoo suora korvausvaatimus, jossa palautteenkirjoittaja tavoittelee maksimaalisimmin omaa hyötyään.

Tutkimusaineisto osoittaa, että kielteisten asiakaspalautteiden kirjoittajille on vähiten tyypillistä rikkoa hienotunteisuuden ja vaatimattomuuden maksiimeja. Hienotunteisuuden maksiimia rikotaan hieman yli 40 %:ssa koko tutkimusaineiston palautteita, ja vaatimattomuuden maksiimia rikotaan vain noin 25 %:ssa koko tutkimusaineiston palautteita. Koska asiakaspalautteiden kirjoittajien puheteot eivät tavallisimmin ole käskyjä, hienotunteisuuden maksiimin rikkominen on suurimmaksi osaksi jotakin muuta kuin palautteen vastaanottajan suoraa käskemistä. Hienotunteisuuden maksiimia rikotaankin tutkimusaineiston palautteissa pääosin tylyin toteamuksin ja kysymyksiin. Asiakaspalautteenkirjoittajat rikkovat vaatimattomuuden maksiimia jonkin verran, mutta tämä palautteenkirjoittajien oman, esimerkillisen toiminnan painottaminen ei tässä tutkimusaineistossa korostu.

Tutkimusaineiston sisällön analyysin perusteella voidaan sanoa, että tyypillisessä Finnkinon Oy:n kielteisessä asiakaspalautteessa kritisoidaan joko asiakaspalvelijoiden ja/tai Finnkinon Oy:n toimintaa. Tyypillinen kielteinen asiakaspalautte on kerronnallinen kuvaus asiakaspalvelutilanteesta ja siihen osallistuneista henkilöistä. Se muodostuu pääosin toteamuslauseista, joten toteamus on asiakaspalautteenkirjoittajien tavallisin puheteko. Kielteisessä asiakaspalautteessa ei myöskään tavallisimmin ole fraasi-ilmausta. Asiakaspalautteessa nimetään tyypillisesti vähintään yksi asiakaspalveluhenkilö AP- tai NP-lausekkeella. Tämä nimeämisilmaus muodostuu tyypillisimmin pelkästä neutraalista tai myönteisestä edussanasta. Tyypillisessä tutkimusaineiston palautteessa rikotaan vähintään kahta keskustelun maksiimia: kvantiteetin ja relaation maksiimeja. Tyypillisessä tutkimusaineiston palautteessa rikotaan aina kohteliaisuuden periaatteita. Hyväksymisen maksiimin lisäksi on hyvin todennäköistä, että palautteessa rikotaan myös sopuisuuden, sympatian ja jalouden maksiimeja.

Tutkimusaineiston perusteella voidaan sanoa, että kielteinen asiakaspalautte uhkaa aina jollakin tavalla palautteen vastaanottajan kasvoja. Kasvojen uhkaaminen syntyy palautteisiin sekä vuorovaikutuksen että kohteliaisuuden

käytänteiden rikkomisesta, asiakaspalvelijoiden nimeämisestä sekä näiden toiminnan kielteisestä kuvauksesta. Kielteisissä asiakaspalautteissa esiintyy jonkin verran myös impositiivisia kysymyksiä ja käskyjä, jotka uhkaavat palautteen vastaanottajan kasvoja. Myös muut puheteot, toteamukset ja huudahdukset, voivat ilmentää kielteisyyttä, vaikka ne eivät olekaan odotusarvoisesti impositiivisia, vastaanottajan kasvoja uhkaavia puhetekoja. Palautteita hallitseva toteava kerronnallisuus ja kuvailevuus yhdessä impositiivisten kysymysten ja käskyjen kanssa osoittavat, että palautteenkirjoittajan tapa osallistua vuorovaikutukseen on vastaanottajan toimintaa ohjaileva. Palautteenkirjoittajat perustelevat palautteen vastaanottajalle, että Finnkino Oy:n tulisi muuttaa toimintatapojaan. Lisäksi erilaiset kielteiset sananvalinnat ja kielteisyyttä ilmentävät typografiset seikat korostavat palautteenkirjoittajien kielteisten tunnetilojen näkymistä palautteissa.

Finnkino Oy:n kielteisissä asiakaspalautteissa kielteisyys ilmenee sekä niiden rakenteen että sisällön tasolla. Kielteisyden kielentäminen on tutkimusaineiston palautteissa usein kerrostunutta: samassa asiakaspalautteessa esiintyy usein rinnakkain monia kielteisyyttä ilmentäviä piirteitä, joita tässä pro gradu -tutkielmassa on tutkittu. Tämän tutkimuksen perusteella voidaan sanoa, että kielteisestä asiakaspalautteesta voi tehdä kielteisen paitsi se, mitä sanotaan ja miten sanotaan, myös se, mitä jätetään sanomatta.

Kahden sadan asiakaspalautteen tutkimusaineisto on mahdollistanut yleiskuvan luomisen Finnkino Oy:n kielteisten asiakaspalautteiden rakenteesta ja sisällöstä. Tutkimusaineisto on jaettu kahteen sadan palautteen osa-aineistoon niiden käsittelemien asiakaspalvelutilanteiden perusteella. Tutkimusaineiston kahtiajako on mahdollistanut sen tarkastelun, onko erilaisten asiakaspalvelutilanteiden kielentämisellä merkitystä asiakaspalautteiden rakenteeseen ja sisältöön. Tutkimusaineiston osa-aineistojen tarkastelu osoittaa, että eri asiakaspalvelukonteksteilla on merkitystä, kun palautteenkirjoittajat kielentävät palautteissaan kielteisiä kokemuksiaan. Teatteripalvelupalautteiden kirjoittajat voivat kuvailla Kinolippu-palautteiden kirjoittajia

tarkemmin ja monisanaisemmin sekä asiakaspalvelutilannetta että siihen osallistuneita asiakaspalveluhenkilöitä.

Koska asiakaspalautteita on tässä tutkimuksessa tarkasteltu sekä niiden rakenteen että sisällön näkökulmasta, sekä kvantitatiivisen että kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän käyttö on ollut perusteltua. Kvantitatiivisten tutkimustulosten perusteella on ollut mahdollista esittää tietoa tutkittujen ilmiöiden suhteellisesta jakautumisesta tutkimusaineistossa ja siten luoda kuva Finnkino Oy:n kielteiselle asiakaspalautteelle tyypillisistä rakenteen ja sisällön piirteistä.

Tässä pro gradu -tutkielmassa käytetyt taustateoriat ovat tukeneet sekä rakenteen että sisällön analyysia ja mahdollistaneet myös jonkinlaisen kokonaiskuvan luomisen kielteisyyden ilmiöstä. Koska kielteisyyden ilmiö on hyvin monitahoinen, olisi sitä voinut tarkastella myös monista muista tämän tutkimuksen ulkopuolelle jääneistä näkökulmista. Niin kielteisyyden ilmiössä kuin siten myös kielteisissä asiakaspalautteissa on yhä paljon mielenkiintoista tutkittavaa. Tätä pro gradu -tutkielmaa voisi edelleen syventää ja laajentaa esimerkiksi siten, että tarkastelun kohteeksi otettaisiin myös asiakaspalautteen tyypillisesti pisin rakenneosaa eli keskikohta. Lisäksi palautteiden kielteisyyttä ilmentävien sananvalintojen tarkempi analyysi olisi kiinnostava ja kielteisyyden ilmiötä edelleen selittävä jatkotutkimuksen aihe.

LÄHTEET

Kirjallisuus

- ARISTOTELES [1982]: Runousoppi: Suomentanut Pentti Saarikoski.
Helsinki: Otava.
- AUSTIN, J. L. 1975 [1962]: How to do things with words. The William James lectures delivered at Harvard University in 1955. Oxford: Clarendon Press.
- BARTON, DAVID – HALL, NIGEL 1999: Introduction. – Barton, David – Hall, Nigel (toim.): Letter writing as a social practice. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1–14.
- BROWN, PENELOPE – LEVINSON, STEPHEN C. 2000: Politeness: some universals in language usage. Cambridge: Cambridge University Press.
- BHATIA, VIJAY K. 1993: Analysing Genre. London – New York: Longman.
- BÜLOW-MØLLER, ANNE-MARIE 1989: The textlinguistic Omnibus: A Survey of Methods for Analysis. København: Nyt Nordisk Forlag Arnold Busck.
- CD-PS 1997 = CD-Perussanakirja 1997. Kotimaisten kielten tutkimuskeskuksen julkaisuja 94. Helsinki: Kotimaisten kielten tutkimuskeskus — Edita — Lingsoft.
- CRUSE, D. ALAN 2000: Meaning in language: an introduction to semantics and pragmatics. Oxford: Oxford University Press.
- CRYSTAL, DAVID 2001: Language and the Internet. Cambridge: Cambridge University Press.
- EGGINS, SUZANNE — MARTIN, J. R. 1997: Genres and registers of discourse. — Teun A. van Dijk (toim.), Discourse as structure and process. Discourse studies: A multidisciplinary introduction Volyme 1 s. 230–256. London: Sage.
- GRICE, H. P. 1957: Meaning. *Philosophical Review* 66, 377–388.

- 1975 [1968]: Logic and conversation. In Cole and Mogan, op. cit., pp 41-58.
- GOFFMAN, ERVING 1971: Relations in Public. Harmondsworth: Penguin.
- HAARALA, RISTO YM. 2001: Suomen kielen perussanakirja. Helsinki: Edita Oyj.
- HAKULINEN, AULI – KARLSSON, FRED 1979: Nykysuomen lauseoppi. Suomalaisen kirjallisuuden seura. Jyväskylä: Gummerus Oy.
- HAKULINEN, AULI YM.: 2004: Iso Suomen kielioppi. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.
- HALLIDAY, M. A. K. 1978: Language as social semiotic. The social interpretation of language and meaning. London: Edward Arnold Ltd.
- 1985: An Introduction to Functional Grammar. London: Edward Arnold Ltd.
- 1989: The structure of text. Teoksessa Halliday, M.A.K. & Ruqaiya Hasan: Language, context, and text: Aspects of language in a socialsemiotic perspective. Victoria: Deakin University.
- HALLIDAY, M. A. K. – HASAN, RUQAIYA 1976: Cohesion in English. London: Longman.
- HASAN, RUQAIYA 1989: The structure of text. Teoksessa Halliday, M.A.K. & Ruqaiya Hasan: Language, context, and text: Aspects of language in a socialsemiotic perspective. Victoria: Deakin University.
- HEIKKINEN, VESA 1999: Ideologinen merkitys kriittisen tekstintutkimuksen teoriassa ja käytännössä. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- HEIKKINEN, VESA (toim.) 2005: Tekstien arki. Tutkimusmatkoja joka-päiväisiin merkityksiimme. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- HIIDENMAA, PIRJO 2000: Lingvistinen tekstintutkimus. — Sajavaara, Kari — Piirainen-Marsh, Arja (toim.), Kieli, diskurssi ja yhteisö. S. 161–190. Jyväskylän yliopisto: Soveltavan kielentutkimuksen keskus.

- IISA, KATARIINA – KANKAANPÄÄ, SALLI – PIEHL, AINO 1999: Tekstintekijän käsikirja. Helsinki: Yrityskirjat.
- KRISTEVA, JULIA 1993: Puhuva subjekti — tekstejä 1967–1993. Suom. Pia Sivenius, Tiina Arppe, Kirsi Saarikangas, Helena Sinervo & Riikka Stewen. Tampere: Gaudeamus.
- LAKOFF, ROBIN TOLMACH 1982: Some of my favorite writers are literate. The mingling of oral and literate strategies in written communication. – Tannen, Deborah (toim.), Spoken and written language. Exploring orality and literacy. New Jersey: Ablex. S. 239–260.
- LATVALA, PAULIINA 2005: Siihen kun muistini ulottuu. Kertomuksia suvusta ja elämästä maalla. – Heikkinen, Vesa (toim.) Tekstien arki. Tutkimusmatkoja jokapäiväisiin merkityksiimme. Tampere: Tammer-paino Oy.
- LAPPALAINEN, HANNA 2004a: Variaatio ja sen funktiot. Erään sosiaalisen verkoston jäsenten kielellisen variaation ja vuorovaikutuksen tarkastelua. Suomalaisen kirjallisuuden seura. Helsinki.
- 2004b: Voiko arkipuheen tutkimus olla hyödyllistä? – *Virittäjä* 2 s. 266–270.
- LEECH, Geoffrey 1983: Principles of pragmatics. Longman Inc., New York.
- LUUKKA, MINNA-RIITTA 2002: M. A. K. Halliday ja systeemisfunktionaalinen kielitiede. – Dufva, Hannele – Lähtenmäki, Mika (toim.) Kielentutkimuksen klassikoita. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Soveltavan kielentutkimuksen laitos.
- MÄNTYNEN, ANNE 2003: Miten kielestä kerrotaan: kielijuttujen retoriikka. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- MUIKKU-WERNER, PIRKKO 1993: Impositiivisuus ja kielellinen variaatio. Julkisten keskustelujen käskyt ja kysymykset kielenopetuksen näkökulmasta. Joensuu: Joensuun yliopisto.

- PIRTTIKOSKI, KALEVI 1995: Hajonnutta sampoja kokoamassa. Pari ko-
keilua Internetin käytöstä lukion äidinkielenopetuksessa. — Koli,
Marja Leena — Tolkki-Tammi Leena (toim.) Puumerkistä sähkö-
postiin. Kirjoittamisen ja kirjoittamisen opetuksen suuntia. Äidin-
kielen opettajain liiton vuosikirja 1995. Helsinki: Painorauma Oy.
- PÄÄKKÖNEN, IRMELI – VARIS, MARKKU 2000: Kriittinen lukutaito.
Tampere: Tammer-Paino Oy.
- SAEED, JOHN I. 2000: Semantics. Oxford: Blackwell.
- SAUKKONEN, PAULI 2001: Maailman hahmottaminen teksteinä: Teksti-
rakenteen ja tekstilajien teoriaa ja analyysiä. Helsinki: Yliopisto-
paino, Helsinki University press.
- SEARLE, JOHN R. 1979: Expression and meaning. Studies on the theory
of speech acts. Cambridge: Cambridge University Press.
- 1985: Foundations of illocutionary logic. Cambridge:
Cambridge University Press.
- 1988 [1969]: Speech acts. An Essay in the philosophy of lan-
guage. Cambridge: Cambridge University Press.
- SUMMA, HILKKA 1989: Hyvinvointipolitiikka ja suunnitteluretoriikka:
tapaus asuntopolitiikka. Yhdyskuntasuunnittelun täydennyskoulu-
tuskuskuksen julkaisuja A 17. Espoo: Yhdyskuntasuunnittelun
täydennyskoulutuskeskus, Teknillinen korkeakoulu.
- TIILILÄ, ULLA 2005: Paina [lastenvaunujen kuva] kun liikut hitaasti. Ren-
toutta ja muodollisuutta bussissa. – Heikkinen, Vesa (toim.) Tekstien
arki. Tutkimusmatkoja jokapäiväisiin merkityksiimme. Tam-
pere: Tammer-Paino Oy.
- TORISEVA, MARIANNE 2005: 1 viesti saapunut. Intiimisti kännykällä? –
Heikkinen, Vesa (toim.) Tekstien arki. Tutkimusmatkoja jokapäi-
väisiin merkityksiimme. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- VARIS, MARKKU 1998: Sumea kieli. Kiertoilmauksen muoto ja intentio
nykysuomessa. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia
717. Pieksämäki.

WALKER, SUE 2001: Typography and language in everyday life. Prescriptions and practices. Lontoo: Longman.

Internet-lähteet

FINNKINO OY:N INTERNET-SIVUT.

Osoitteessa <<http://www.finnkino.fi>>.

Luettu 13.7.2006

HELSINGIN YLIOPISTON OPINNÄYTETIETOKANTA.

Osoitteessa

<<http://www.helsinki.fi/hum/skl/tutkimus/opinnayte.html>>.

Luettu 13.7.2006.

KOTIMAISTEN KIELTEN TUTKIMUSKESKUKSEN
INTERNET-SIVUT.

Osoitteessa <<http://www.kotus.fi/tutkimus/tekstit>>.

Luettu 13.7.2006.

RAUTAKIRJA-KONSERNIN INTERNET-SIVUT.

Osoitteessa <<http://www.rautakirja.fi>>. Luettu 13.7.2006.

TILASTOKESKUKSEN INTERNET-SIVUT.

Osoitteessa <<http://www.tilastokeskus.fi>>. Luettu 13.7.2006.

LIITE 1

FINNKINO OY:N SÄHKÖINEN ASIAKASPALAUTELOMAKE

PALAUTE

Haluamme kuulla mielipiteesi! Kerro meille, mitä mieltä olet teattereista, asiakaspalvelusta ja verkkopalvelustamme.

Lähetä palautteesi alla olevalla lomakkeella. Rastittamalla oheisesta listasta palautteen aiheen varmistat, että oikea henkilö lukee viestisi. Jos palautteesi koskee teatterin palvelua tai teatteritekniikkaa, muistathan myös mainita mistä teatterista on kyse.

Käsittellemme nettipalautteita noin kerran viikossa. Kaikki palautteet luetaan ja toiveet ja kommentit huomioidaan mahdollisuuksien mukaan, mutta **kaikkiin kyselyihin ja tiedusteluihin emme valitettavasti voi vastata.**

Huom! [Kysyttyä-osiosta](#) näet vastaukset useimmin kysyttyihin aiheisiin. Tiedossa olevat tulevat Suomen ensi-illat löytyvät [Tuleva ohjelmisto](#) -sivulta.

PALAUTTEEN AIHE:

- Ensi-illat ja ohjelmisto
- Kinolippu -lipunvarauskeskus
- Nettilippukauppa
- Teatteripalvelu
- Teatteritekniikka
- Www-palvelu
- Video
- Muu

KAUPUNKI

PALAUTTEENI FINNKINOLLE

Nimi

Sähköpostiosoite

II

Kysymystä ja nimeäni voi käyttää Finnkinon newsletterissä

LÄHETÄ 