

Lokalisoidut lehdistötiedotteet osana Euroopan komission viestintäpolitiikkaa

Marjo Väliäho
Tampereen yliopisto
Kieli- ja käännöstieteiden laitos
Käännöstiede (englanti)
Pro gradu -tutkielma
Toukokuu 2010

Tampereen yliopisto
Käännöstiede (englanti)
Kieli- ja käännöstieteiden laitos

VÄLIAHO, MARJO: Lokalisoidut lehdistötiedotteet osana Euroopan komission viestintäpolitiikkaa

Pro gradu -tutkielma, 120 sivua + liitteet 5 sivua + englanninkielinen lyhennelmä, 16 sivua
Kevät 2010

Tarkastelen pro gradu -tutkielmassani Euroopan komission lehdistötiedotteiden lokalisointia eli muokkaamista toisessa maassa ja kulttuurissa toimiviksi. Tutkimusaineistona ovat komission Britanniassa, Irlannissa, Saksassa ja Suomessa sijaitsevien edustustojen välillä 1.11.2008–31.10.2009 lokalisoidut tiedotteet. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten edustustot ovat muokanneet tiedotteita ja toisaalta miten lokalisoidut tekstit toimivat itsenäisinä lehdistötiedotteina.

Tutkimuksen keskeisenä viitekehystenä on Geert Jacobsin (1999) lehdistötiedotteiden metapragmatiikkaa käsittelevä teoria, joka tarkastelee sitä, miten organisaatio käyttää lehdistötiedotteita omien päämääriensä saavuttamiseen ja julkikuvansa parantamiseen sekä mikä osa lehdistötiedotteen muotoilulla on näiden tavoitteiden saavuttamisessa. Keskeisessä asemassa on myös lokalisoinnin käsite, joka on peräisin ICT-alalta ja jota on viime aikoina alettu käyttää myös käännöstieteen alalla. Lisäksi tutkimus esittelee medialogiikan periaatteita, tiedotusvälineiden ja poliittisten toimijoiden keskinäistä riippuvuussuhdetta sekä Euroopan komission tiedotustoimintaa ja sen kohtaamia ongelmia.

Tutkimuksessa tarkasteltiin viiden yksittäisen lehdistötiedotteen kaikissa neljässä lokalisoidussa versiossa käytettyjä lokalisointistrategioita tekstianalyysin keinoin: tiedotteista analysoitiin lisäyksiä, poistoja, korvauksia ja esitysjärjestyksen muutoksia verrattuna samankielisiin komission alkuperäisiin tiedotteisiin. Lisäksi lokalisoitujen lehdistötiedotteiden otsikoista tehtiin kvantitatiivinen tutkimus, jonka avulla tarkasteltiin edustustojen lokalisointitoiminnan aktiivisuutta ja yleisiä tendenssejä, kuten kuinka paljon lokalisoitujen tiedotteiden otsikoissa esiintyy Euroopan unioniin liittyviä avainsanoja ja kansallisia asiansanoja sekä toisaalta kuinka suuri osa otsikoista on ”neutraaleja”, eli niissä ei esiinny kumpiakaan elementtejä.

Tutkimus osoitti, että lokalisoiduissa tiedotteissa käytettiin lisäyksiä tuomaan niihin paikallista näkökulmaa ja että poistojen avulla tiedotteista karsittiin EU:n toiminnan byrokraattisten yksityiskohtien kuvailua. Korvauksilla muutettiin alkutekstin kieliasua yksinkertaisemmaksi ja helppolukuisemmaksi, muokattiin jonkin verran tekstikonventioita sekä Suomen edustuston tapauksessa tehtiin alkutekstin kielestä idiomaattisempaa. Esitysjärjestyksen muutoksilla taas parannettiin tiedotteiden informaatorakennetta ja sitä kautta niiden luettavuutta. Selvimmin eri edustustojen lokalisoidut tiedotteet erosivat toisistaan sen perusteella, kuinka paljon niissä oli hyödynnetty alkuperäisten lehdistötiedotteiden kieliasua. Otsikotutkimuksessa taas selvisi, että eri edustustojen lokalisoidut otsikot poikkesivat tyyliltään toisistaan yllättävänkin paljon. Lisäksi sekä lehdistötiedotteiden otsikoissa että yksittäisissä tiedotteissa käytettiin Jacobsin mainitsemia keinoja parantaa julkaisijaorganisaation imagoa. Jacobsin teorian näkökulmasta lokalisoidut tiedotteet toimivat itsenäisinä lehdistötiedotteina paremmin kuin komission alkuperäiset tiedotteet, mutta silti lokalisoitujenkin tiedotteiden sisältöä ja rakennetta voitaisiin muokata edelleen.

Avainsanat: Euroopan komissio, lehdistötiedotteet, lokalisointi, poliittinen viestintä, tiedottaminen

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 POLIITTINEN VIESTINTÄ	5
2.1 Poliittinen viestintä ja demokraattinen ideaali	5
2.2 Median toimintalogiikka	6
2.3 Poliittinen suhdetoiminta	8
3 EUROOPAN KOMISSION VIESTINTÄYMPÄRISTÖ	12
3.1 Euroopan komissio osana EU:ta	12
3.2 Monikielisyys	14
3.3 EU-viestinnän ongelmia	17
3.4 Komission viestintä ja sen kehitys	21
4 LOKALISOINTI	25
4.1 Lokalisointi ja ICT-ala	25
4.2 Lokalisointi ja käännöstiede	27
4.2.1 Lokalisoinnin tutkimus käännöstieteessä	27
4.2.2 Lokalisointi-käsitteen käyttö muussa käännöstieteellisessä tutkimuksessa	30
5 LEHDISTÖTIEDOTTEET JA NIIDEN LOKALISOINTI	34
5.1 Lehdistötiedotteiden metapragmatiikka	34
5.2 Euroopan komission lehdistötiedotteet	37
5.3. Edustustojen lokalisointitoiminta	39
5.4 Lehdistötiedotteiden lokalisointi käännöstieteen näkökulmasta	40
6 AINEISTOANALYYSI	42
6.1 Otos ja metodit	42
6.2. Lehdistötiedotteiden otsikot	47
6.2.1 Asiasana-analyysi	47
6.2.2 Muut havainnot otsikkojen lokalisoinnista	51
6.3. Erasmus-tiedote	58
6.3.1 Britannian edustuston lokalisoima versio	58
6.3.2 Irlannin edustuston lokalisoima versio	60

6.3.3 Saksan edustuston lokalisoima versio.....	64
6.3.4 Suomen edustuston lokalisoima versio.....	66
6.4 Uimavesitiedote	69
6.4.1 Britannian edustuston lokalisoima versio.....	69
6.4.2 Irlannin edustuston lokalisoima versio	72
6.4.3 Saksan edustuston lokalisoima versio.....	73
6.4.4 Suomen edustuston lokalisoima versio.....	76
6.5 Häätänumerotiedote	78
6.5.1 Britannian edustuston lokalisoima versio.....	78
6.5.2 Irlannin edustuston lokalisoima versio	79
6.5.3 Saksan edustuston lokalisoima versio.....	81
6.5.4 Suomen edustuston lokalisoima versio.....	83
6.6. Laturitiedote	86
6.6.1 Britannian edustuston lokalisoima versio.....	86
6.6.2 Irlannin edustuston lokalisoima versio	88
6.6.3 Saksan edustuston lokalisoima versio.....	90
6.6.4 Suomen edustuston lokalisoima versio.....	92
6.7 Pankkitukitiedote	94
6.7.1 Britannian edustuston lokalisoima versio.....	94
6.7.2 Irlannin edustuston lokalisoima versio	95
6.7.3 Saksan edustuston lokalisoima versio.....	96
6.7.4 Suomen edustuston lokalisoima versio.....	98

7 YHTEENVETO JA POHDINTAA 102

LÄHDELUETTELO..... 112

LIITE 1

ENGLISH SUMMARY

1 JOHDANTO

”Mitäs sitä teeskentelemään: tunnustan, että kaikki EU-alkuinen tuntuu minusta tavattoman tylsältä. Enkä ole yksin”, kirjoittaa Helsingin Sanomien toimittaja Anna-Stina Nykänen juuri ennen vuoden 2009 europarlamenttivaaleja. ”Mieleen nousivat kurkkudirektiivi, mepit jakkupuvuissaan ja EU:n hallintorakennukset. EU on kuivakka ja kasvoton, se jää etäiseksi ja harmaaksi”, kuvittaja Matti Pikkujämsä kuvailee jutun yhteyteen tekemäänsä piirrosta, joka hänen piti laatia sen perusteella, mitä EU tuo hänelle ensimmäiseksi mieleen. Artikkelissa kuvaillaan vielä unionin ja kansalaisten välistä suhdetta kertomalla ruotsalaisen Aftonbladet-lehden maksaneen lukijoilleen, että nämä kävisivät äänestämässä tulevissa parlamenttivaaleissa, ja Eurooppaa kiertäneen BBC:n toimittajan todenneen, että ”Ikeakin yhdistää Eurooppaa enemmän kuin EU”. Lisäksi artikkelissa todetaan, että ”jopa Yhdysvaltain presidentin vaalit sähköistivät suomalaisia enemmän kuin EU-vaalit”. (Nykänen 2009, D1.)

Edellä esitetyt esimerkit kuvaavat kansalaisten penseää suhtautumista Euroopan unioniin. Unioni havahtui ongelmaan vuonna 2005, jolloin Ranska ja Alankomaat hylkäsivät kansanäänestyksissä perustuslakisopimuksen. Osasyynä vaalituloksiin nähtiin puutteellinen viestintä, ja unioni päättikin laatia kaikkien aikojen ensimmäisen viestintästrategiansa, jolla pyritään tuomaan unionia ja kansalaisia lähemmäksi toisiaan, lisäämään näiden tahojen välistä vuorovaikutusta sekä parantamaan unionin kansalaisissa herättämää mielikuvaa. Ehdotettuihin toimintatapoihin kuului EU-viestinnän hajauttaminen paikallistasolle ja sovittaminen paikallisissa oloissa toimivaksi. Tämä paikallistason EU-viestintä käsittää myös Euroopan komission lehdistötiedotteiden muokkaamisen komission jäsenmaissa sijaitsevista edustustoista niin, että tiedotteet vastaavat paikallisten tiedotusvälineiden ja niiden yleisöjen tarpeisiin.

Tässä pro gradu -tutkielmassa tarkastelen juuri edellä kuvattua Euroopan komission lehdistötiedotteiden lokalisointia eli muokkaamista toisessa maassa ja kulttuurissa toimiviksi. Tutkimusaineistona ovat Britannian, Irlannin, Saksan ja Suomen edustustojen lokalisoimat tiedotteet, ja tutkimuksessa tarkastelen sitä, miten eri edustustot ovat muokanneet tiedotteita ja miten lokalisoitujen tekstien toimivat itsenäisinä lehdistötiedotteina omassa paikallisympäristössään.

Itse lokalisointi-termi on peräisin ICT-alalta, jolla termillä viitataan erilaisten digitaalisten tuotteiden, kuten tietokoneohjelmien ja käyttöliittymien, muokkaamiseen toisessa kieli- ja

kulttuuriympäristössä toimiviksi. Käännöstieteen alalla on tutkittu digitaalisten tuotteiden lokalisointia 1990-luvulta alkaen, ja viime aikoina lokalisoinnin käsitettä on ryhdytty käyttämään muidenkin kohdeyleisöä varten huomattavasti muokattujen tekstilajien, kuten uutisten (Orengo 2005) ja mainosten (de Pedro Ricoy 2007), kääntämisen tutkimuksessa. Myös Suomen edustustossa työskentelevät kääntäjät, jotka vastaavat komission lehdistötiedotteiden muokkaamisesta, käyttävät työstään ilmaisua lokalisointi (ks. esim. Young, Niemi & Binham 2008, Koskinen 2009).

Lokalisoinnin ohella tutkimuksen toisena pääteemana ovat lehdistötiedotteet, joita tarkastellaan poikkitieteellisestä näkökulmasta. Tutkielmassa käytetään keskeisenä viitekehysenä Geert Jacobsin (1999) lehdistötiedotteiden metapragmatiikkaa käsittelevää teoriaa, joka tarkastelee sitä, miten organisaatio käyttää lehdistötiedotteita omien päämääriensä saavuttamiseen ja julkisivansa parantamiseen, mikä osa lehdistötiedotteen muotoilulla on näiden tavoitteiden saavuttamisessa sekä miten media hyödyntää lehdistötiedotteita. Vaikka mediadiskurssi sinänsä on viestintätieteiden keskeisiä tutkimuskohteita, lehdistötiedotteita on kuitenkin tutkittu verrattain vähän, ja Jacobsin metapragmatikkateoria onkin alalla eräänlainen pioneerityö (Jacobs 1999, xvii; Lindholm 2007, 84). Jacobsin teoriaa taustoitetaan siihen limittyvillä ja viestinnän tutkimuksen alalta otetuilla näkemyksillä median toimintalogiikasta, poliittisesta viestinnästä, median ja poliittisten toimijoiden välisestä riippuvuussuhteesta sekä suhdetoiminnasta (PR) ja siihen liittyvästä julkisuuden hallinnasta. Tämä kattava taustakuvaus tukee myös lokalisoinnin tarkastelua, sillä lokalisoidun version on toimittava samaan tapaan kohdekulttuurissa kuin alkuperäinen teksti toimii omassa kulttuurissaan: lokalisoidun lehdistötiedotteen on siis toimittava itsenäisenä tekstinä, joka välittää lukijoilleen lähettäjän eli unionin viestin tarkoituksenmukaisella ja mahdollisimman tehokkaalla tavalla.

Oman lisämausteensa tutkimukseen tuo se seikka, että tarkastelun kohteena on EU (ja erityisesti sen toimielin Euroopan komissio), joka poikkeaa huomattavasti ”normaaleista” poliittisista toimijoista erilaisten toimivaltuuksiensa, historiansa sekä monikielisyytensä ja -kulttuurisuutensa vuoksi. Lisäksi tuskin yksikään toinen poliittinen toimija herättää yhtä laajasti yhtä huonoja mielikuvia kuin EU, jonka synnyttämistä mielikuvista annettiin esimerkkejä tämän luvun alussa.

Käännöstieteen alalla on aiemminkin tutkittu EU-viestintää: tarkastelun kohteena ovat olleet muun muassa kääntämisen ja kääntäjien asemaa EU-viestinnässä (esim. Koskinen 2000 ja 2008b) sekä EU-viestinnän sovittaminen kansalaisten tarpeisiin (esim. Koskinen 2008a ja 2009). Komission lehdistötiedotteitakin on tutkittu aikaisemmin: Maria Lindholm tutki käännöstieteen alan

väitöskirjassaan (2007) komission lehdistötiedotteita ja yhdisti tutkimuksessaan (kielellisen) tekstianalyysin ja viestinnän näkökulmat. Työssä verrattiin komission lehdistötiedotteita Ranskan ja Ruotsin kansallisten viranomaisten julkaisemiin tiedotteisiin. Lindholmin väitöskirja on ollut tämän työn keskeisiä lähteitä, sillä yhdistän myös omassa tutkimuksessani tekstianalyysin ja viestintä-näkökulman. Lisäksi Karoliina Sysiö on pro gradu -tutkielmassaan (2009) tarkastellut komission lehdistötiedotteiden muokkaamista suomalaisille lukijoille. Sysiö vertaili työssään Suomen edustuston muokkaamia lehdistötiedotteita komission alkuperäisten tiedotteiden suomenkielisiin versioihin ja käytti tutkimusmenetelmänä kielellistä analyysia. Tässä tutkielmassa taas tarkastelen neljän eri edustuston lokalisointitoimintaa, ja työn pääpaino on lokalisoitujen lehdistötiedotteiden viestinnällisyyden tutkimisella.

Olen tätä tutkielmaa tehdessäni hyödyntänyt epäsuorasti myös syksyllä 2008 suorittamaani kolmen kuukauden kääntäjäharjoittelua Euroopan parlamentin suomen käännösyksikössä Luxemburgissa. Kokemus tarjosi sisäpiirin näkymän unionin monikieliseen viestintään sekä omakohtaisen kosketuksen ”eurokieleen”. Tässä tutkielmassa toteutettu ilmaisujen luokittelu EU-tyyliseksi perustuu omaan kokemukseeni EU-dokumenteista.

Tutkielman rakenne on seuraava: Luvussa 2 esittelen poliittisen viestinnän käsitteen ja tarkastelen sitä sekä poliittisten toimijoiden että tiedotusvälineiden näkökulmasta. Selvitän luvussa, millaisia jännitteitä julkisuutta tavoittelevien poliittisten toimijoiden ja tiedotusvälineiden välillä esiintyy ja miten nämä kaksi tahoa ovat toisistaan riippuvaisia. Tutkielman kolmannessa luvussa tarkastelen Euroopan komission viestintäympäristöä: esittelen lyhyesti komission toimintaa ja unionin monikielisyyttä, EU-viestinnän ongelmia (luvussa 2 esitettyjen ajatusten pohjalta) ja komission viestinnän organisoimista ja sen ammattimaistumista 1990-luvun lopulta alkaen. Neljännessä luvussa siirryn tarkastelemaan lokalisointia. Esittelen ilmiötä sekä ICT-alan että käännöstieteen näkökulmasta ja kuvailen, kuinka lokalisointi-käsitettä on alettu soveltaa myös muussa käännös-tieteellisessä tutkimuksessa kuin ICT-alan tuotteiden paikallisoihin adaptoimisen tarkastelussa.

Luvussa 5 käsittelen lehdistötiedotteita ja niiden lokalisointia. Käyn läpi Geert Jacobsin teoriaa lehdistötiedotteiden metapragmatiikasta, joka liittyy läheisesti luvun 2 ajatuksiin julkisuuden tavoittelusta. Tämän jälkeen esittelen lyhyesti Euroopan komission lehdistötiedotteita ja niiden käyttöä sekä kuvaan tämän tutkielman keskeisintä tarkastelukohdetta eli komission edustustoissa tapahtuvaa lokalisointitoimintaa. Lopuksi liitän komission tiedotteiden lokalisoinnin käännöstieteen

viitekehykseen, mikä on jatkoa luvussa 4 esitellylle lokalisoinnin käsitteen soveltamiselle muuhunkin kääntämisen tutkimukseen kuin ICT-alan tuotteiden muokkaamisen tarkasteluun.

Kuudennessa luvussa siirryn aineiston analyysiin. Käyn ensin läpi tutkimusaineiston rajaukseni ja metodini ja sen jälkeen analysoin lehdistötiedotteiden otsikoita (taustatutkimus) ja yksittäisiä tiedotteita. Luvussa 7 esitän tutkimuksestani yhteenvedon ja analyysini tuloksiin pohjautuvia päätelmiä.

2 POLIITTINEN VIESTINTÄ

Brian McNair tarkoittaa termillä *poliittinen viestintä* kaikenlaista politiikkaa koskevaa tarkoitushakuista viestintää, jonka osapuolia ovat poliittiset toimijat (yksittäiset poliitikot, poliittiset puolueet, kansalaisjärjestöt, kuluttajajyhdistykset, ay-liikkeet, terroristijärjestöt jne.), suuri yleisö ja tiedotusvälineet. Poliittisen viestinnän käsite kattaa 1) poliitikkojen ja muiden poliittisten toimijoiden toteuttaman viestinnän, jonka avulla pyritään saavuttamaan tiettyjä päämääriä, 2) esimerkiksi äänestäjien ja sanomalehtien kolumnistien poliittisille toimijoille osoittaman viestinnän ja 3) poliittisista toimijoista ja heidän tekemisistään käydyn keskustelun esimerkiksi uutisissa, pääkirjoituksissa ja muissa median tarjoamissa foorumeissa. (2007, 4–5, 7–13.)

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan poliittista viestintää ensimmäisessä ja kolmannessa merkityksessä eli poliittisten toimijoiden itsensä toteuttamaa viestintää sekä median poliittista keskustelua. Tässä luvussa tarkastelen poliittista viestintää kolmesta näkökulmasta: 1) millaista poliittinen viestintä on demokraattisen ideaalin mukaisessa yhteiskunnassa, 2) miten taloudelliset vaatimukset muokkaavat uutistuotantoprosessia ja 3) miten poliittiset toimijat ottavat toiminnassaan huomioon median?

2.1 Poliittinen viestintä ja demokraattinen ideaali

Demokraattisessa ihanteessa valistuneet äänestäjät valitsevat edustajansa rationaalisesti eri näkökantoja edustavien ehdokkaiden joukosta. Poliittisen toiminnan on tapahduttava julkisella areenalla, ja äänestäjien saatavilla on oltava tietoa, jonka pohjalta he tekevät poliittisia päätöksiä. (McNair 2007, 17.) Tähän liittyy läheisesti Jürgen Habermasin julkisuuden käsite (engl. *public sphere*): Julkisuus on ikään kuin väline, joka yhdistää yleisiä asioita koskevia julkisia keskusteluja ja väittelyitä käyvät yksityiset ihmiset ja yhteiskunnan päätöksentekokoneiston. Julkisuus antaa kansalaisille mahdollisuuden kontrolloida vallanpitäjien toimintaa sekä olla mukana määrittelemässä yhteisön tavoitteita ja ratkaisemassa kaikkia koskettavia ongelmia. Toisaalta julkisuus määrittää keskusteluja koskevat periaatteet: keskustelujen ”tulee olla vapaita, rationaalisia ja kaikkien ulottuvilla”. (Mörä 2008, 160–161.)

Demokraattisen ideaalin mukaisessa yhteiskunnassa tiedotusvälineiden tehtävänä on ensinnäkin informoida kansalaisia siitä, mitä heidän ympärillään tapahtuu, ja opettaa kansalaisille ”faktat” ja

niiden tärkeys. Tiedotusvälineet tarjoavat myös foorumin politiikkaa koskevalle julkiselle keskustelulle ja edistävät näin ”julkisen mielipiteen” muodostumista, minkä jälkeen tiedotusvälineet tarjoavat tämän näkemyksen uudestaan yleisölle, jolta se alun perin oli lähtöisin. (McNair 2007, 18–19.) Taatakseen demokratian toimivuuden median on myös innostettava ihmisiä osallistumaan aktiivisesti politiikkaan. Tätä varten median on esitettävä erilaisia ja myös toistensa kanssa ristiriidassa olevia näkemyksiä politiikasta, sillä vain kirjoitettuna ja julkaistuina näkemykset ovat olemassa ja niillä on merkitystä. (Trenz 2008, 294.) Media edistää demokratiaa myös toimimalla ”vallan vahtikoirana”: se tiedottaa kansalaisille hallituksen ja poliittisten instituutioiden toiminnasta ja puolustaa poliittisia näkökantoja esittelemällä puolueohjelmia ja erilaisia politiikkoja sekä tukemalla puolueiden asiaa esimerkiksi vaalikampanjoiden aikana. On huomattava, että viimeksi mainitussa tapauksessa tiedotusvälineiden tehtävä ei ole puolueeton tiedonvälitys vaan suostuttelu. Myös uutisvälityksen laatu on tärkeää: jotta tiedotusvälineet voisivat täyttää tehtävänsä demokraattisessa yhteiskunnassa, niiden on uutisoitava asioista totuudenmukaisesti ja niin, että kansalaiset pystyvät ymmärtämään poliittista keskustelua. (McNair 2007, 20.)

2.2 Median toimintalogiikka

Demokraattisista ideoista huolimatta median todellisuus on raadollisempi: useat tutkimukset ovat osoittaneet, että tiedotusvälineiden sisältö heijastelee taloudellisen kilpailuympäristön luomia paineita hankkia suurempia yleisöjä ja enemmän mainostuloja (Jacobs 1999, 34). Näiden päämäärien saavuttaminen on kehittänyt medialogiikan, jolla on Meyerin mukaan viisi ulottuvuutta: uutistuotantoprosessin vaatimukset, uutisarvo, julkisuuden päiväjärjestyksen asettaminen, tutkiva journalismi ja edellä mainittujen ulottuvuuksien yhteisvaikutus (2009, 1050).

Tiedotusvälineiden uutistuotantoprosessi vaatii toimiakseen jatkuvaa, kustannustehokasta ja ennakoitavaa uutismateriaalitarjontaa (mts. 1050), mikä puolestaan tarjoaa poliittisille toimijoille mahdollisuuksia päästä julkisuuteen ja synnyttää näin näiden kahden toimijan välille riippuvuussuhteen (ks. luku 2.3). Uutisarvolla tarkoitetaan sitä, että tapahtumalle määritellään tiettyjen kriteerien perusteella uutisarvo, joka puolestaan määrää, tehdäänkö tapahtumasta uutinen vai ei ja kuinka tärkeänä tehtyä uutista pidetään. Tapahtuman uutisarvoa kasvattavia kriteereitä ovat esimerkiksi läheisyys kohdeyleisölle, konfliktimaisuus, henkilöitävyys, negatiivisuus, draama, yllätyksellisyys sekä se, että kohteena ovat eliittihenkilöt, -ryhmät ja -kansakunnat. (Meyer 2009,

1050; Negrine 1994, 120–121.; ks. myös Mazzoleni & Schulz 1999, 250) Mitä enemmän tapahtumalla on uutisarvoa kasvattavia piirteitä, sitä todennäköisemmin siitä raportoidaan mediassa. Toisaalta jos tapahtuma on uutisarvoltaan erittäin korkea vain muutaman piirteensä kautta, se voi silti päästä uutisiin: näin tapahtuu esimerkiksi köyhän kehitysmaan massiivisen maanjäristyksen kohdalla. (Negrine 1994, 121.)

Medialla on yhteiskunnassa myös tehtävä julkisuuden päiväjärjestyksen asettajana (engl. *agenda setting*): tiedotusvälineet määrittävät, mistä asioista ylipäätään keskustellaan (ja mitkä asiat jätetään kokonaan huomiotta) ja miten niistä keskustellaan, eli mikä on asioiden sisältö ja merkitys ja kuinka relevantteja ne ovat (Meyer 2009, 1050; ks. myös Mazzoleni & Schulz 1999, 250–251). Näin media itse asiassa määrittää ja muovaa todellisuutta: uutistapahtuma kehystetään (engl. *framing*) tietynlaiseksi tulkintarakenteeksi, ja tämän mallin pohjalta sille määritetään uutisarvo, se raportoidaan tietynkaltaisena ”kertomuksena” ja sitä tulkitaan ja ymmärretään (McNair 2007, 67–68). Uutisoinnissa käytettäviä ”tarinankerrontatekniikoita” ovat mm. yksinkertaistaminen, kärjistäminen, tehostaminen, henkilöinti, visualisointi ja stereotyyppien luominen (Strömbäck 2008, 233). Kehystämisen vaikutus on erityisen merkittävä, jos ihmisillä ei ole suoraa, omakohtaista kokemusta käsiteltävästä aiheesta vaan median luoma yksi mahdollinen tulkinta todellisuudesta on heille ainoa olemassa oleva todellisuus. Tällainen tavallisen kansalaisen jokapäiväisestä elämästä etäällä oleva alue on juuri politiikka. (Mazzoleni & Schulz 1999, 250.; ks. myös Jacobs 1999, 33)

Tiedotusvälineet kehystävät politiikkaa esittämällä vaalikampanjat tyypillisesti gallup-kyselyihin perustuvana hevostilpailuna (engl. *horse race journalism*; käytössä on sellaisia metaforia kuin *olla kärjessä, musta hevonen ja kiriä voittoon viime metreillä*) sekä strategisena pelinä (äänestäjäkuntaa muistutetaan, että ehdokkaat tavoittelevat omaa etuaan, ja ehdokkaiden kampanjoista korostetaan niiden strategisia ja taktisia piirteitä) asiakysymyksiin keskittymisen sijasta (Brants & van Kempen 2002, 171; Karvonen 1999, 36). Toisaalta poliittisessa uutisoinnissa korostuvat huomattavassa määrin konfliktimaiset ja negatiiviset piirteet (politiikka esitetään skandaalien, juonittelun ja epärehellisyyden maailmana) niiden korkean uutisarvon vuoksi. Varmistaakseen, ettei kilpailija saisi tarpeetonta kilpailuetua ja onnistuisi sen avulla kaappaamaan suurta yleisömassaa, tiedotusvälineet pyrkivät kertomaan saman tarinan samalla tavalla kuin kilpailijansa (engl. *pack journalism*), mikä puolestaan vahvistaa yleisön mielikuvaa politiikasta konfliktina ja erilaisina skandaaleina. Tällaisten kehystämistapojen oletetaan aktivoivan ja ruokkivan kyynistä suhtautumista politiikkaan. (Brants & van Kempen 2002, 171; Trenz 2008, 295.; ks. tarkemmin kehystämisestä ja kyynisestä suhtautumisesta politiikkaan esim. de Vreese & Elenbaas 2008)

Suurten yleisömassojen houkuttelusta on kyse myös medialogiikan neljännen ulottuvuuden – tutkivan journalismin ja vallitsevan järjestelmän kritiikin – kohdalla, sillä näillä keinoilla tiedotusväline voi terästä omaa profiiliaan ja hankkia sellaista uutismateriaalia, jota sen kilpailijoilla ei ole (Meyer 2009, 1050).

2.3 Poliittinen suhdetoiminta

Kuten edellä todettiin, poliittisten toimijoiden ja median välillä vallitsee keskinäinen riippuvuus-suhde: poliittisille toimijoille mediajulkisuus on ilmainen – ja maksettua mainosta vakuuttavampi – keino tavoittaa suuri määrä ihmisiä ja tehdä itsensä ja omat päämääränsä tunnetuiksi samalla, kun media puolestaan tarvitsee uutismateriaalia. Toimittajat kuitenkin valikoivat, tulkitsevat ja muokkaavat saamansa informaatiota omien intressiensä mukaisesti (ks. edellinen luku), ja poliittisen toimijan alkuperäinen viesti voi muuttua melkoisestikin – siksi toimijoiden onkin varmistettava, että uutisointi niitä hyödyttävää. (McNair 2007, 121; Karvonen 1997, 26.) Silti journalistiseen julkisuuteen pääsy on toimijoille niin arvokasta, että median tarjoamasta rajallisesta ajasta ja tilasta kilpaillaan kovasti. Toimittajilla onkin julkisuuden ”portinvartijan” tehtävä säännellessään sitä, kuka saa medianäkyvyyttä. Toimittajat suhtautuvat julkisuuteen pyrkijöihin kyynisesti ”oman etunsa ajajina” ja ”median hyväksikäyttäjinä” ja nimittävät näiden yrityksiä päästä julkisuuteen mediaan vaikuttamalla ”teatteriksi” tai ”mediapeliksi”. (Karvonen 1997, 25–26.) Vedotakseen paremmin mediaan poliittiset toimijat ovatkin alkaneet sopeuttaa toimintaansa median vaatimusten mukaiseksi. Muutos on merkittävä, sillä politiikassa on pohjimmiltaan kysymys kollektiivisesta ja virallisesta päätöksenteosta sekä päätösten toimeenpanemisesta (Strömbäck 2008, 233) ja toiminnassa keskitytään pääasiassa yhteiskunnan ongelmiin ja siihen, miten ne voidaan tai pitäisi ratkaista (Patterson 1993 teoksessa Strömbäck 2008, 233).

Viestinnän tutkimuksessa käytetään termiä *medialisaatio* (engl. *mediatization*), jolla tarkoitetaan kehitystä, jossa yhteiskunnallinen toimija yhä enenevässä määrin muokkaa itseään, toimintaansa ja viestintäänsä mediaan soveltuvaksi ja median ehdoilla toimivaksi. Tämä muokkaus ei rajoitu vain poliittisten asioiden esitystavan muuttamiseen, vaan se vaikuttaa laajemmin poliittisten instituutioiden toimintaan, päätöksentekoprosesseihin sekä poliittisen toiminnan lopputuloksiin. Kehitykseen kuuluu myös se, että yhä enemmän resursseja käytetään mediasuhteiden hoitoon esimerkiksi lainsäädäntöprosessien sijasta. (Meyer 2009, 1049; Karvonen 1997, 18.; tarkemmin

medialisaatioprosessin vaiheista ks. Strömbäck 2008) Mazzolenin ja Schulzin mukaan medialisoituneen politiikan keskeiset toiminnot ovat tulleet täysin riippuvaisiksi tiedotusvälineistä ja media muokkaa jatkuvasti harjoitetun politiikan sisältöä (1999, 250). Poliitiikan medialisoituminen onkin nähty uhaksi demokratialle (ks. Mazzoleni & Schulz 1999).

Median yhä tiiviimpi läsnäolo politiikassa on pakottanut poliittiset toimijat ottamaan palvelukseensa PR-ammattilaisia ja muuttamaan näin tiedottamiskäytäntönsä ammattimaiseksi suhdetoiminnaksi (Meyer 2009, 1051; de Vreese & Elenbaas 2008, 287). Strategisesta poliittisesta viestinnästä huolehtivat tahot eli *spin doctorit* ovat poliitikoille korvaamattomia, koska he tuntevat medialogiikan ja journalistien ajatusmallit sekä kykenevät kontrolloimaan ja hallitsemaan toimijaa koskevia uutistarjontaa. Uutishallinnan lisäksi *spin doctorit* myös suunnittelevat vaalikampanjoita ja poliittisia iskulauseita sekä huolehtivat mielipidekyselyiden pohjalta tapahtuvasta **poliittisesta markkinoinnista** (engl. *political marketing*, ks. alla). (Esser, Reinemann & Fan 2001, 22–23.) Brian McNair on jakanut poliittisen suhdetoiminnan¹ (engl. *political public relations*) neljään toimintamuotoon: median hallinta (*media management*), imagon hallinta (*image management*), sisäinen viestintä (*internal communications*) ja informaation hallinta (*information management*) (2007, 120).

Median hallinnalla tarkoitetaan niitä keinoja, joilla poliittiset toimijat voivat kontrolloida tai manipuloida mediaorganisaatioiden toimintaa tai vaikuttaa niihin siten, että media edistää toimijoiden poliittisten päämäärien toteutumista. Vaikka media ja poliittiset toimijat ovatkin toisistaan riippuvaisia, media on siitä huolimatta myös arvaamaton yhteistyökumppani, joka voi sopivan tilaisuuden tullen käsitellä poliittisia toimijoita kriittisesti, toteuttaa tutkivan journalismin avulla vallan vahtikoiran tehtävänsä ja paljastaa poliittisia väärinkäytöksiä ja skandaaleita. (mts. 121.) Tämän vuoksi poliittiset toimijat tuottavat medialle sopivaa uutismateriaalia, kuten valmiiksi käsikirjoitettuja **pseudotapahtumia** (engl. *pseudo-event, event-staging*), jotka tarjoavat poliittisille toimijoille runsaasti positiivista julkisuutta ja medialle puolestaan mahdollisuuden saada näyttäviä valokuvia (engl. *photo opportunity*). Tällaisia **mediatapahtumia** (eli vain mediaa varten järjestettyjä tapahtumia) ovat esimerkiksi poliittiset debaattit, vierailukäynnit tehtaissa ja yrityksissä tms. sekä kansalaisten tapaaminen kadulla. (mts. 124–125, 128; Karvonen 1999, 84.) Geert Jacobs toteaa, että medialle annettava puhtaaksikirjoitus poliitikon pitämästä puheesta on usein syy puheen pitoon eikä sen seuraus (1999, 37–38). Poliittiset toimijat myös helpottavat median työtä paketoimalla viestinsä etukäteen muotoon, joka tukee uutisten tuotantoa: esimerkiksi julkisiin puheisiin laitetaan sopivia ja

¹ McNair on esittänyt jaottelunsa puolueiden poliittisen viestinnän näkökulmasta, mutta jaottelu sopii mielestäni käytettäväksi myös tässä yhteydessä.

iskeviä sanoja tai lauseita (engl. *soundbites*), jotka on helppo muistaa ja joiden avulla saa tehtyä lyhyen uutispätkän tai täyttää rajallisen tilan sanomalehdessä (McNair 2007, 126). Lisäksi esimerkiksi päätöksentekoprosessia voidaan muokata niin, että hyvät uutiset korostuvat ja huonot uutiset häivytetään taustalle (Meyer 2007, 1050).

Imagon¹ hallinnalla taas tarkoitetaan sekä yksittäisten poliitikkojen henkilökohtaisen imagon sekä poliittisen instituution imagon hallintaa: poliittisia toimijoita ei nykyaikana arvioida enää vain sen perusteella, mitä he (tai ne) sanovat ja tekevät vaan myös miten he (tai ne) sanovat ja tekevät asian (McNair 2007, 131). Julkisille toimijoille imago on tärkeä asia, sillä mielikuvatekijät ohjaavat ratkaisevasti ihmisten tekemiä valintoja ja päätöksiä, kuten mitä puoluetta ihmiset äänestävät tai minkä yrityksen tuotteita ostavat. Mielikuvista puhuttaessa tuntemattomuus tarkoittaa usein samaa kuin arveluttavuus. (Karvonen 1999, 18.) Toimijan hyvä mielikuva tai maine saa ihmiset tulkitsemaan toimijaa koskevat ”hyvät uutiset erinomaisiksi, neutraalit uutiset hyväiksi ja huonot satunnaisesti vastoinkäymiseksi”. Huono mielikuva taas saa ihmiset tulkitsemaan ”hyvät uutiset satunnaisesti onnenkantamoiseksi, neutraalit uutiset ilman muuta jobinpostiksi ja huonot uutiset katastrofiksi”. (Vuokko 1993 teoksessa Karvonen 1999, 20.)

Yksittäisen poliitikon imagon syntyyn vaikuttavat esimerkiksi seuraavat tekijät: näkyvät luonteenpiirteet, ikä, sosiaalinen tausta, käyttäytyminen julkisuudessa, vaatetus, kampanjat ja äänenkäyttö. Saavuttaakseen päämääränsä yksittäinen poliitikko voi muokata julkisuuskuvaansa: juroksi moitittu poliitikko voi järjestää tapahtumia, jossa hän osoittaa toimittajille luonteensa lämpimämpiä puolia, ja konservatiivipoliitikko voi kampanjoida ympäristöarvojen puolesta. (McNair 2007, 132–133.) Samoin poliittisten instituutioiden, kuten puolueiden, imagoa voidaan muokata. Instituution imagon hallintaa kutsutaan myös poliittiseksi markkinoinniksi (engl. *political marketing*), ja siinä käytetään liikemaailmasta tuttuja keinoja myydä tuote kohdeyleisölleen. Tätä toimintatapaa käytetään tyypillisesti vaalikampanjoissa. Osana imagonsa hallintaa poliittiset instituutiot voivat myös muuttaa omia symboleitaan, esimerkiksi puolue logonsa. (mts. 134.) Itse imago syntyy kuitenkin vuorovaikutuksessa viestin lähettäjän (sen, josta kuva muodostuu) ja vastaanottajan (sen, joka muodostaa kuvan) välillä. Viestin lähettäjä ei siis voi välittää ihmisille

¹ Uusi mediasanasto määrittelee termin *imago* seuraavasti: ”Tieto tai luulo, johon liittyy myönteinen, neutraali tai kielteinen asenne. Ihmisten mielikuva jostakin henkilöstä, organisaatiosta, tuotteesta tai palvelusta perustuu heidän havaintoihinsa, tietoihinsa, kokemuksiinsa, päätelmiinsä, asenteisiinsa, uskomuksiinsa, tunteisiinsa ja käsityksiinsä. Imagot voivat olla tietoisesti rakennettuja tai itsestään kehittyviä. Tietoisesti rakennettujen imagojen yhteydessä puhutaan profiilin luomisesta tai imagon rakentamisesta. Poliitikan journalismissa on kiinnitetty huomiota poliitikkojen imagonrakentamiseen, jonka avulla heidän on nähty pyrkivän hallitsemaan ennen kaikkea sähköisten tiedotusvälineiden uutisjulkisuutta. Poliitikot pyrkivät yhdistämään suorissa radio- ja tv-lähetyksissä maksimaalisen julkisuuden ja minimaalisen journalistisen editoinnin.” (Kuutti 2006, 58.)

suoraan haluamaansa kuvaa itsestään vaan ainoastaan antaa heille itseään koskevaa informaatiota. Tästä joko tarkoituksella tai tahattomasti välitetystä informaatiosta sen vastaanottajat tekevät aktiivisesti tulkintoja ja päätelmiä, joiden pohjalta he sitten muodostavat lopullisen mielikuvansa viestin lähettäjistä. On myös huomattava, että informaatiota ei välity ainoastaan viestinnän kautta, vaan myös teot ja pelkkä oleminenkin antavat lähettäjistä informaatiota. (Karvonen 1999, 40, 43, 51–52.) Samoin ihmiset muodostavat mielikuvia kaiken aiheesta saamansa informaation perusteella, ei vain mielikuvan kohteen itsensä lähettämän informaation pohjalta (Karvonen 1997, 25).

Sisäisellä viestinnällä viitataan poliittisen toimijan sisäisten viestintäkanavien tehokkuuteen tiedottaa julkisuuden kanssa tekemisissä oleville kulloinkin julkisuuteen annettava viesti ja varmistaa, että tiedotustoiminnan eri osa-alueet toimivat tehokkaasti yhteisen päämäärän hyväksi. Myös toiminnasta saadun palautteen tehokas käsittely on tärkeää. (McNair 2007, 120, 135–136.)

Informaation hallinnalla taas viitataan vallassa olevien hallintoelinten keinoihin kontrolloida ja manipuloida julkisuuteen tulevaa tietovirtaa (mts. 141). Yhteiskunnallisten toimijoiden tehokkaasta uutisten hallinnasta (engl. *news management*) kielivät esimerkiksi seuraavat kommentit:

“Most news is not what has happened, but what someone says has happened” (Sigal 1973 ja 1986 teoksessa Jacobs 1999, 35).

“News is what people say more than what people do. Much - maybe most - of what journalists report is talk not action: announcements, opinions, reactions, appeals, promises, criticisms.” (Bell 1991, 53.)

“A large proportion of news is talk about talk, especially in political and diplomatic affairs. It consists entirely of what newsmakers have said by way of announcement, protest, plea, or some other speech act.” (mts. 60.)

Informaation hallinnan avainkäsitteitä on *spin doctoring* (engl. *spin* 'kepulikonsti', 'ovela temppu'): julkisuuden ammattilainen pyrkii antamaan julkisuudessa edustamastaan organisaatiosta mahdollisimman suotuisan kuvan yrittämällä vaikuttaa juttujen journalistiseen näkökulmaan, karsimalla toimeksiantajaa koskevia negatiivisia ja siksi unohdettavia aiheita sekä tarjoamalla tai vuotamalla toimittajille juttuaiheita (Kuutti 2006, 207). Poliittisten toimijoiden käyttämiä keinoja julkisen mielipiteen ohjailuun ja hyväksynnän hakemiseen teoilleen ovat esimerkiksi tiedon valikoiva levittäminen, tiedonsaannin rajoittaminen, vääristellyn tiedon jakaminen (McNair 2007, 120.) ja mielipidemittausten tulosten julkaiseminen (Mazzoleni & Schulz 1999, 252). Keskeinen väline informaation hallinnassa on lehdistötiedote, tämän tutkielman tarkastelun kohde.

3 EUROOPAN KOMISSION VIESTINTÄYMPÄRISTÖ

Tarkastelen tässä luvussa Euroopan komission viestintää. Suurin osa esiteltävistä asioista pätee koko unionin viestintään, joten käytän termejä *unioni* ja *komissio* limittäin. Termillä *unioni* viitataan tilanteeseen, joka pätee myös komissioon, ja jos kyse on vain komissiosta, käytän ilmaisua *komissio*.

Aloitan esittelemällä lyhyesti komission toimintaa osana unionia. Sen jälkeen tarkastelen unionin maailmanlaajuisesti ainutlaatuista monikielisuuden periaatetta, EU-viestinnän hankaluuksia ja lopuksi sitä, kuinka komission viestintä on organisoitu ja kuinka se on viime aikoina ammattimaistunut.

3.1 Euroopan komissio osana EU:ta

Toisen maailmansodan jälkeen perustettu Euroopan unioni on tällä hetkellä maailman merkittävimpiä taloudellisia, poliittisia ja sotilaallisia toimijoita (McCormick 2004, 1). EU, tällä hetkellä 27 jäsenvaltion yhteisö¹, on ainutlaatuinen poliittinen järjestelmä: sillä on suurempi toimivalta ja vaikutus jäsenvaltioihinsa kuin perinteisellä kansainvälisellä järjestöllä, kuten YK:lla tai OECD:llä, mutta se ei kuitenkaan ole liittovaltio Yhdysvaltojen tapaan. EU onkin alueellisen integraation kokeilu, jonka tarkoituksena on vastata sellaisiin ongelmiin, joista kansallisvaltiot eivät yksin selviä. Tällaisia ovat taloudellinen yhteistyö maailmankaupassa kilpailukyvyn säilyttämiseksi, vakavat sosiaaliset ongelmat (köyhyys, korruptio, ympäristöongelmat jne.) ja rajat ylittävät ongelmat (esimerkiksi terrorismi, järjestäytynyt rikollisuus ja ulkoisen turvallisuuden takaaminen). (mts. 11, 266; Europa 2009a.) On myös muistettava, että eurooppalainen yhteistyö sai alkunsa halusta saada aikaan pysyvä rauha Euroopassa, jolla oli sotaisa historia (McCormick 2004, 11).

¹ Marraskuussa 2009 Euroopan unionin jäsenvaltioita olivat Alankomaat, Belgia, Bulgaria, Espanja, Irlanti, Italia, Itävalta, Kreikka, Kypros, Latvia, Liettua, Luxemburg, Malta, Portugali, Puola, Ranska, Romania, Ruotsi, Saksa, Slovakia, Slovenia, Suomi, Tanska, Tšekki, Unkari, Viro ja Yhdistynyt kuningaskunta.

Samaan aikaan unionilla oli kolme ehdokasmaata: Entinen Jugoslavian tasavalta Makedonia, Kroatia ja Turkki. Mahdollisia ehdokasmaita puolestaan ovat Albania, Bosnia ja Hertsegovina, Islanti, Montenegro ja Serbia sekä Kosovo YK:n turvallisuusneuvoston päätöslauselman 1244 nojalla. (Euroopan komissio 2009b.)

Euroopan unionin poliittisen järjestelmän ytimen muodostavat Euroopan komissio, Euroopan parlamentti ja Euroopan unionin neuvosto (ministerineuvosto). Näiden toimielinten työnjako on periaatteessa selvä: Euroopan komissio puolustaa koko unionin etua, kansallisista hallituksista muodostuva Euroopan unionin neuvosto puolustaa jäsenmaiden etua ja kaikista jäsenvaltioista suorilla vaaleilla valituista euroedustajista muodostuva Euroopan parlamentti puolustaa kansalaisten etua. Käytännössä toimielinten suhteet eivät ole aivan näin vakiintuneet, sillä unionin poliittisen järjestelmän rakentaminen on yhä kesken. (Lindholm 2007, 109.)

Euroopan komission tehtäviin kuuluu lainsäädäntöä ja politiikkoja koskevien aloitteiden tekeminen parlamentille ja neuvostolle, lainsäädännön ja politiikkojen täytäntöönpanon ja soveltamisen valvominen, EU:n talousarvion hallinnoiminen, EU:n edustaminen kansainvälisissä neuvotteluissa ja koko unionin etujen edistäminen (McCormick 2004, 103, 118). Koska komissio on useimmilla unionin toimialoilla ainoa taho, joka voi tehdä lakiesityksiä, sillä on keskeinen osa Euroopan integraatiossa: se voi esittää asiat haluamassaan muodossa, päättää esityslistalle nousevista kysymyksistä ja vaikuttaa unionin kehityssuuntaan (Christensen 2006, 100). Laaja vastuu synnyttää komissiossa kuitenkin sisäisiä jännitteitä (mts. 100): elimen toimivaltaan sisältyy sekä lainsäädäntövaltaa (lainsäädännön ja politiikkojen esittäminen ja valmistelu) että toimeenpanovaltaa (lakien ja politiikkojen täytäntöönpanon valvominen jäsenvaltioissa) (McCormick 2004, 103). Komissio on myös yhtä aikaa hallinnollinen ja poliittinen elin: sillä täytyy olla sekä teknistä asiantuntemusta lähes jokaisella toiminta-alueellaan että kunkin toiminta-alansa poliittista tuntemusta, jotta se saisi esityksensä läpi (Christensen 2006, 100). Komission on myös huolehdittava unionin toiminnan pysyvyydestä ja jatkuvuudesta mutta samalla varmistettava, että toiminta on dynaamista (mts. 102).

Itse termillä *komissio* on kaksi merkitystä: Ensimmäkin sillä tarkoitetaan 27 komissaarin (yksi kustakin jäsenvaltiosta) muodostamaa kollegiota, joka vastaa lähinnä kansallisvaltioiden hallitusta. Jokaisella komissaarilla on oma vastuualueensa, mutta kollegio vastaa päätöksistään kollektiivisesti. Komission toimintakausi on viisi vuotta, ja komissaarit voidaan valita useammalle toimikaudelle. (McCormick 2004, 107.) Toiseksi komissio-termillä tarkoitetaan koko hallinnollista toimielintä (Christensen 2006, 100), jossa on noin 23 000 työntekijää, jotka toimivat hallintovirkamiehinä, asiantuntijoina, kääntäjinä, tulkkeina ja sihteereinä. Komissio toimii pääasiassa Brysselissä, mutta lisäksi sillä on toimitiloja Luxemburgissa, edustustot kaikissa EU-maissa ja lähetystöjä ympäri maailmaa. (Europa 2009b.)

Unionin toimielimistä näkyvimpänä komissio on myös jatkuvasti euroskeptikkojen kritiikin kohteena. Sen toimintaa kohtaan tunnetaan epäluuloa, ja sitä syytetään byrokraattiseksi ja epädemokraattiseksi, koska komissaareja ei ole valittu vaaleilla ja koska heillä ei ole julkista tilivelvollisuutta kenellekään. (McCormick 2004, 103–104; Christensen 2006, 101.)

3.2 Monikielisyys

Euroopan unionin viestinnän eräs erityispiirre on monikielisyys. Useat kansainväliset järjestöt ovat monikielisiä, mutta vain Euroopan unioni työskentelee kaikilla jäsenvaltioidensa virallisilla kielillä (Lindholm 2007, 23). Ero on huomattava: YK:lla on kuusi virallista kieltä ja NATOlla, OECD:llä ja IMF:llä kaksi, kun taas EU:lla niitä on tällä hetkellä 23¹.

Euroopan unionin monikielisyys perustuu ensimmäiseen Euroopan yhteisön antamaan asetukseen (Asetus N:o 1 vuodelta 1958), jossa luetellaan unionin toimielinten viralliset kielet ja työkielet ja johon sisällytetään uusia kieliä uusien jäsenvaltioiden liittyessä unioniin (Koskinen 2000, 50; Euroopan komissio 2009a, 01). Asetuksen mukaan esimerkiksi yhteisön asetukset ja muut yleisesti sovellettavat säädökset laaditaan virallisilla kielillä. Jäsenvaltiolle tai sen lainkäyttövaltaan kuuluvalla henkilölle taataan oikeus toimittaa asiakirjoja yhteisön toimielimille haluamallaan virallisella kielellä ja saada niihin vastaus samalla kielellä, ja samoin näille osoitetut asiakirjat laaditaan kyseisen jäsenvaltion kielellä tai jos on useita virallisia kieliä, sillä kielellä, jota jäsenvaltio itse on pyytänyt käytettäväksi kansallisen lainsäädäntönsä perusteella². (EUR-Lex 2009).

Euroopan unioni pitää tiukasti kiinni monikielisyydestään, vaikka käytäntöä onkin moitittu kalliiksi (Lindholm 2007, 26). Syynä monikielisyyteen on unionin muita kansainvälisiä järjestöjä syvempi yhteistyö: unionin toimielinten säätämät lait velvoittavat suoraan jäsenvaltioiden kansalaisia, ja sen vuoksi lainsäädännön on oltava saatavilla kaikkien jäsenvaltioiden virallisilla kielillä. Kyseessä on oikeusvaltion ja demokratian periaatteet, joiden mukaan omakielinen lainsäädäntö takaa tasa-arvoisen kohtelun lain edessä. Kansalaiset eivät voi noudattaa lakia, joka on annettu kielellä, jota he

¹ YK:n työkielet ovat arabia, englanti, espanja, kiina, ranska ja venäjä. NATOn, OECD:n ja IMF:n työkielet ovat englanti ja ranska. EU:n työkielet ovat bulgaria, englanti, espanja, hollanti, iiri, italia, kreikka, latvia, liettua, malta, portugali, puola, ranska, romania, ruotsi, saksa, slovakki, sloveeni, suomi, tanska, tšekki, unkari ja viro. EU:n työkielten määrä todennäköisesti lisääntyy uusien jäsenmaiden myötä.

² Tästä johtuen esimerkiksi iirin kielestä tuli unionin virallinen kieli vasta vuonna 2007 ja Luxemburgin virallisiin kieliin kuuluva paikallinen letzebuergeschin kieli ei ole unionin virallinen kieli.

eivät ymmärrä. Lisäksi EU-lainsäädäntöprosessin aikana myös unionin ulkopuoliset tahot, kuten eri maista tulevat asiantuntijat ja yksityissektorin edustajat, vaikuttavat lainsäädännön muotoutumiseen. Unionin monikielisyys takaa myös sen, että kansalaiset voivat asioida unionin toimielinten kanssa joutumatta eriarvoiseen asemaan äidinkieltensä vuoksi. (Wagner, Bech & Martínez 2002, 2–4.) Monikielisyys on myös osa unionin pyrkimystä kunnioittaa ja suojella ”yksilöllisiä, paikallisia, alueellisia ja kansallisia ominaispiirteitä” (Euroopan komissio 2009a, 01).

Euroopan unionin monikielisyyden toteuttamisessa kääntäjillä (ja tulkeilla) on hyvin merkittävä osuus. Tilannetta valaisee hyvin se, että komission kirjallisesta viestinnästä noin 90 prosenttia on käännöksiä (Koskinen 2008b, 80). Kaisa Koskisen mukaan Euroopan unioni onkin paitsi käännöksiä tuottava instituutio (*translating institution*), myös käännetty instituutio (*translated institution*) (mts. 3).

Ei olekaan yllättävää, että Brysselissä ja Luxemburgissa toimiva Euroopan komission käännös-toimen pääosasto on maailman suurimpia käännösorganisaatioita (Euroopan komissio 2009a, ei sivunumeroa [sic], 02). Pääosastolla työskentelee 1750 kokoaikaista kääntäjää ja lisäksi 600 henkeä erilaisissa tukitehtävissä (mts. 05). Vuonna 2008 pääosastolla käännettiin kaikkiaan 1 805 689 sivua erilaisia asiakirjoja. Alkuteksteistä (mukaan lukien komission ulkopuolella laaditut tekstit) englanniksi oli laadittu 72,5 prosenttia, ranskaksi 11,8 prosenttia, saksaksi 2,7 prosenttia ja lopuilla 20 kielellä 13 prosenttia. (mts. 06.) Käännettävien asiakirjojen joukko on kirjava: lainsäädäntötekstien lisäksi käännetään esimerkiksi puheita ja puhemuistioita, tilanneselostuksia ja lehdistötiedotteita, kansainvälisiä sopimuksia, poliittisia lausumia, vastauksia parlamentin jäsenten kirjallisiin ja suullisiin kysymyksiin, teknisiä selvityksiä, taloushallinnon kertomuksia, pöytäkirjoja, kirjeenvaihtoa ministeriöiden, yritysten, eturyhmien ja yksittäisten henkilöiden kanssa, verkkosivuja sekä erilaisia mielipidevaikuttajille ja suurelle yleisölle suunnattuja lukuisia eri aiheita käsitteleviä julkaisuja (mts. 04; Wagner ym. 2002, 53, 55). Aihepiireiltään käännettävät asiakirjat liittyvät komission työn eri aloihin¹. Käännöspalveluiden lisäksi pääosasto tarjoaa komissiolle kielineuvontapalveluja: pääosastolla editoidaan ei-natiivipuhujien tuottamia tekstejä ja annetaan kielellisiä ja viestinnällisiä neuvoja tekstien laatijoille ja asiakirjoja käännättäville osastoille (Euroopan komissio 2009a, 05).

¹ Vuosina 2004–2009 toimineen Barroson komission toiminta-aloja eli politiikkoja olivat hallinto, maatalous ja maaseudun kehitys, kilpailu, verotus ja tulliliitto, koulutus ja kulttuuri, työllisyys ja sosiaaliasiat, energia ja liikenne, yritys- ja teollisuustoiminta, ympäristö, ulkosuhteet, meri- ja kalastusasiat, terveys ja kuluttajansuoja, tietoyhteiskunta ja viestimet, sisämarkkinat ja palvelut, talous- ja raha-asiat, oikeudelliset asiat, aluepolitiikka, tutkimus, tilastot ja kauppa (Euroopan komissio 2009, 03)

Vaikka unionin kaikki viralliset kielet ovat tasa-arvoisessa asemassa, jokaista dokumenttia ei silti käännetä kaikille virallisille kielille, vaan komissio käyttää kustannussyistä sisäisessä toiminnassaan vain kolmea kieltä, englantia, ranskaa ja saksaa, mikä selittääkin pitkälti edellä mainittua kielten jakaumaa käännöstoimen pääosastolla. Täydelliseen monikielisyyteen siirrytään vasta siinä vaiheessa, kun komissio alkaa viestiä dokumenteillaan muiden toimielinten, jäsenvaltioiden ja yleisön kanssa. (Lindholm 2007, 24–27; Euroopan komissio 2009a, 01.) Maria Lindholm kuitenkin huomauttaa, että osa unionin dokumenteista käännetään symbolisista syistä: tärkeintä on se, että teksti on olemassa kaikilla virallisilla kielillä, etenkin vähemmän puhutuilla, konkreettisena todisteena kielten tasa-arvoisesta asemasta eikä se, että tekstiä todella käytettäisiin viestinnällisiin tarkoituksiin (Lindholm 2007, 27; ks. myös Koskinen 2000, 51).

Koska kaikki kielet ovat tasa-arvoisessa asemassa, eri kielillä laadittu lainsäädäntö on yhtä lainvoimaista laadintakielestä riippumatta (Lindholm 2007, 24; Koskinen 2000, 55). Euroopan unioni ei puhukaan alkuteksteistä ja käännöksistä vaan toisinoista. Näin luodaan vaikutelma, että dokumentit on laadittu yhtä aikaa kaikilla kielillä ja että yhtäkään dokumentin toisintoa ei ole tuotettu toisesta toisinnosta. (Koskinen 2000, 54; Lindholm 2007, 24.) Kuten Theo Hermans toteaa, kääntämällä tuotetut EU-tekstit ovat lajityypiltään käännöksiä, mutta ne eivät enää toimi sellaisina (Hermans 2003 teoksessa Koskinen 2008b, 25). Käännösten ja kääntäjien osuutta unionin viestinnässä on häivyttävä, jotta voitaisiin taata unionin toimintakyky. Sen kannalta on tärkeää luoda vaikutelma, että unioni puhuu kansalaisilleen yhtä aikaa usealla kielellä ja että lainsäädäntö on alun perin laadittu yhtä aikaa kaikilla kielillä. (Koskinen 2008b, 25.)

Kaisa Koskisen mukaan käännöstieteessä perinteisesti käytetty *ekvivalenssin*¹ käsite kuvaa hyvin EU-käännöksiä, vaikka viime aikoina yleinen suuntaus käännöstieteessä onkin ollut kyseenalaistaa ekvivalenssin käsite tai pitää sitä jopa täysin tarpeettomana. EU:n kielellisen tasa-arvon periaatteen vuoksi EU-käännöksiä pidetään automaattisesti ekvivalentteina. Ekvivalenssi ei tosin EU-kontekstissa kuvaa käännöksen ja alkutekstin välistä suhdetta vaan käännöksen ja muiden toisintojen suhdetta. Näin ekvivalenssin tarkoituksena on sitoa yhteen saman tekstin eri käännökset. (Koskinen 2000, 54–55.) EU-kääntämisessä alkuteksti lakkaa käännösprosessin jälkeen olemasta alkuteksti, ja samasta tekstistä on olemassa vain 23 ”identtistä” versiota (mts. 55; Lindholm 2007,

¹ Turun yliopiston Kääntämisen opetussanastossa *ekvivalenssi* määritellään seuraavasti: ”Kahden erikielisen käännösyksikön välisessä diskurssissa vallitseva identtisyys, jonka diskursiivinen funktio on lähes tai melkein identtinen. Huom. - Ekvivalenssi on aina alkutekstin merkityksen tulkinnan tulos.”

Helsingin yliopiston MonAKO-sanasto määrittelee *ekvivalenssin* taas seuraavasti: “relationship between source text and target text; often understood as a kind (or kinds) of identity or sameness, or as a kind of similarity”.

24). Toisaalta EU-kontekstissa ekvivalenssi määritellään vain kapeasti kielelliseksi vastaavuudeksi tai kirjalliseksi uudelleen tuottamiseksi. Tästä on seurauksena ns. eurokieli (engl. *Eurospeak*), jossa kansallinen kieli pakotetaan sille luonnottomaan asuun. Koska kaikki kieliversiot ovat samaa lainsäädäntöä, niitä on pystyttävä lukemaan rinnakkain, mistä taas seuraa se, että ekvivalenssin vaatimus saattaa olla puhtaasti visuaalinen. Tällöin tärkeää on se, että kaikki versiot näyttävät samalta: tekstien pitää olla yhtä pitkiä, kaikissa versioissa pitää olla sama määrä kappaleita sekä otsikoiden ja alaotsikoiden on sijaittava samoissa kohdissa. (Koskinen 2000, 55–56.)

3.3 EU-viestinnän ongelmia

Tutkijoiden käsitykset EU-viestinnän ongelmista ovat varsin yhteneväisiä. Olivier Baisnée toteaa, että EU-politiikan antaman vaikutelman voisi tiivistää seuraavasti: ”[o]bscure decisions taken by unknown politicians or technocrats in a political and institutional system nobody can understand” (2002, 108). Hans-Joerg Trenz puolestaan toteaa: ”[t]he kind of un-personalized news about technocratic decision making that are produced by the political system of the EU do not sell” (2008, 296). Tuomo Mörän haastattelemien eurooppalaisten Brysselin-kirjeenvaihtajien mukaan EU-journalismin tekemistä vaikeuttaa se, että EU-aiheet koetaan usein kuiviksi, mutkikkaiksi ja vaikeasti kuvitettaviksi, sekä se, että EU-uutisoinnin uskotaan tavoittavan vain murto-osan yleisöstä, lähinnä korkeasti koulutetut, asiantuntijat ja johtotehtävissä toimivat. (2008, 162, 164).

Kansalaisten vähäinen kiinnostus EU-asioihin linkittyy mediaorganisaatioiden – etenkin kaupallisten organisaatioiden ja pienten jäsenvaltioiden mediatalojen – vähäisiin panostuksiin hankalaksi koettuun uutisaiheeseen: Brysselissä ei esimerkiksi ole enää yhtäkään kaupallisen televisiokanavan kuukausipalkkaista kirjeenvaihtajaa Saksasta eikä Suomesta, ja useissa yhden tai kahden hengen toimituksissa suurin osa ajasta kuluu varsin rutiininomaiseen uutisseurantaan ja EU-instituutioiden järjestämien tapahtumien ja niiden tuottaman materiaalin seuraamiseen. (mts. 162.)

Unionin kannalta on ongelmallista myös median EU-uutisoinnissaan käyttämät kehystystavat. Kuten muussakin poliittisessa uutisoinnissa, EU-uutisissa keskeistä ei ole puolueeton arviointi eikä asiapohjainen kritiikki vaan negatiivisuus (ks. luku 2.2). Pääosin negatiivinen uutisointitapa johtaa siihen, että EU:n hallintojärjestelmän työskentelystä annetaan säännönmukaisesti vääristynyt kuva: EU-poliitikot esitetään päämääriinsä keinoista piittaamatta pyrkivinä machiavellisteina, ja

neuvoston huippukokouksista raportoitaessa medialle ei ole tärkeää se, mitä mahdollisesti sovittiin unionin kehittämiseksi, vaan kuka sai läpi eniten vaatimuksiaan ja kuka hävisi. Tällaisen kehysten vuoksi yleisö olettaa saavansa Brysselistä vain negatiivisia uutisia ja liittää unioniin automaattisesti negatiivisia miellelyhtymiä. (Trenz 2008, 295.)

Toinen EU-uutisoinnille tyypillinen kehystämisen tapa on vahva kansallinen näkökulma. Mörän haastattelemat EU-kirjeenvaihtajat totesivat, että jäsenvaltioissa käydään unionia koskevia debatteja kansallisista lähtökohdista käsin ja että siksi kansallisen näkökulman sivuuttaminen ei ole yksittäiselle kirjeenvaihtajalle mahdollista. EU-uutisoinnin kansallinen näkökulma näkyy käytännössä siinä, että uutisissa seurataan oman maan poliitikkojen ja virkamiesten toimintaa, arvioidaan unionissa tehtyjen päätösten vaikutusta omaan maahan, panostetaan kansallisten erityiskysymysten uutisointiin ja useissa maissa tv-uutisoinnissa suositaan maan kieltä puhuvia haastateltavia, jotta välttytään puheenvuorojen dubbaukselta tai tekstityksiltä, joihin katsojat eivät ole tottuneet. (2008, 163.) On kuitenkin väitetty, että kansallinen näkökulma on poliittisessa journalismissa aina läsnä – poliittinen journalismi on kehittynyt tiettyssä poliittisessä kulttuurissa ja heijastaa sen hallitsevia arvoja ja tulkintoja (Trenz 2008, 297). Kansallinen näkökulma näkyy selvimmin ulkomaan uutisoinnissa, jossa tapahtumia ei pyritä tarkastelemaan neutraalisti vaan kansallisia etuja puolustaen (Hafez 2005 teoksessa Trenz 2008, 297): uutisiin esimerkiksi valitaan ensisijaisesti sellaisia ulkomaan tapahtumia, jotka ovat lähimmin yhteydessä kansalliseen politiikkaan ja intresseihin, sekä esitetään ulkomaisia toimijoita liittolaisina tai vihollisina (Page & Shapiro 1992 teoksessa Trenz 2008, 297).

Euroopan tasolla demokraattisten julkisuusideaalien (ks. luku 2.1) toteutumista hankaloittaa puolestaan foorumien puute. Euroopassa on yritetty perustaa ylikansallisia eurooppalaisia medioita (esimerkiksi *European Voice*, *Euronews* ja *MTV Europe*), mutta kokeilut ovat joko epäonnistuneet, medioiden sisältö on ollut liian erikoistunut tavoittaakseen kaikkia eurooppalaisia tai ne jatkavat toimintaansa kansallisten mediajärjestelmien huomissa julkisen rahoituksen turvin. On myös olemassa joitakin eri puolilla Eurooppaa luettavia Eurooppa-suuntautuneita sanoma- ja aikakauslehtiä (esimerkiksi *Financial Times* ja *Economist*), mutta näiden lukijakunta koostuu lähinnä taloudellisesta ja poliittisesta eliitistä. Foorumien puuttumisen lisäksi myös yhteisen kielen puute vaikeuttaa eurooppalaisen julkisuuden toteutumista. (Mörä 2008, 163; Lindholm 2007, 114.) Tästä huolimatta jotkut politiikan tutkijat näkevät eurooppalaisen julkisuuden syntymisen olevan pitkällä aikavälillä mahdollista (Lindholm 2007, 115; eurooppalaisen julkisuuden kysymyksenasetteluista ks. esim. Nieminen, Karppinen & Mörä 2008 ja Fossum & Schlesinger 2007).

Olosuhteiden lisäksi EU-uutisoitinta rajoittaa myös itse sen kohde. Unioni on monimutkainen poliittinen ja hallinnollinen järjestelmä, ja harjoitettu eurooppalainen – demokratiavajeestakin syytetty – politiikka on luonteeltaan epäselvää ja vaikeatajuista eikä siitä ole helppoa löytää uutiskriteerit (ks. luku 2.2) täyttäviä tapahtumia (Statham 2008, 409, 416). EU-uutisoinnissa ongelmia tuottaa esimerkiksi nykyjournalismille yhä olennaisemman henkilöityvyyden kriteerin täytyminen. Unionin keskeiset valtakeskukset ovat nimittäin kollektiiveja, eikä suljettujen ovien takana tehtyjä päätöksiä voida yleensä yhdistää tiettyyn henkilöön. Yksittäiset komissaarit taas jäävät monille kansalaisille etäisiksi hahmoiksi, joiden taustasta tai henkilökohtaisesta elämästä ei tiedetä juuri mitään oman maan ulkopuolella. Toisin kuin kansallisen tason huippupoliitikot, jotka usein ovat tuttuja vuosien tai jopa vuosikymmenten ajalta, EU-vaikuttajat ilmestyvät jostakin, toimivat muutaman vuoden ajan ja katoavat sitten taas jonnekin. (Mörä 2008, 165.)

Toinen merkittävä uutiskriteeri medialle ovat konfliktitilanteet, mutta EU-ympäristössä esimerkiksi komissio on oletetun puolueettomuutensa ja epäselvän legitimitteettinsä vuoksi erittäin varovainen poliitikkoja koskevissa kiistoissa ja pidättäytyy yleensä kokonaan kommentoimasta kiistoja, jotka liittyvät uusien jäsenvaltioiden hyväksymiseen ja EU-sopimusten ratifioimiseen. Kuitenkin EU:n toiminnan tärkeimpien päämäärien ja periaatteiden ollessa kyseessä komissio on voinut kritisoida ankarastikin niitä jäsenvaltioita, jotka eivät ole noudattaneet yhteisiä sääntöjä. (Meyer 2009, 1054.) Muista uutiskriteereistä läheisyyden täytyminen on monimutkaisen, ylikansallisen ja monikielisen järjestelmän ja sen kasvottomien toimijoiden tapauksessa erittäin epätodennäköistä. Jopa unionin laatimat dokumentit aiheuttavat lukijalle vierauden tunteen: niitä pidetään yleisesti byrokraattisina, teknisinä, toisteisina tai lakikielen tyylinä, eikä niissä ole juurikaan havaittavissa kirjoittajan ja lukijan välistä vuorovaikutusta synnyttäviä piirteitä, jotka ovat aina mukana kaikissa viestintätilanteissa (Koskinen 2008b, 50).

Kansallisessa politiikassa konfliktin ja draaman (joka edellyttää henkilöityvyyden ja läheisyyden kriteerien toteutumista) uutiskriteereitä täyttää esimerkiksi hallituksen ja opposition jännitteinen vastakkainasettelu, mutta EU:sta tämä ulottuvuus puuttuu (Mörä 2008, 165), sillä komissio ei ole kansallisten hallitusten tapaan tilivelvollinen suorilla vaaleilla valitulle parlamentille. Ainoalla suorilla vaaleilla valittavalla EU-toimielimellä, parlamentilla, on ollut huomattavasti vähemmän toimivaltaa kuin komissiolla ja ministerineuvostolla, joten näillä unionin merkittävimmillä vallankäyttäjillä ei ole ollut samanlaista tarvetta julkisesti perustella toimintaansa kuin kansallisilla päätöksentekijöillä, eivätkä ne kanna yhtä suoraa poliittista vastuuta tekemisistään kuin vaikkapa kansallisen hallituksen pääministeri. Tuomo Mörän mukaan tämä vallankäyttäjien epäselvä

poliittinen vastuu äänestäjille on toimittajien kannalta ”liian monen mutkan takana”, mikä tekee vallan vahtikoirana toimimisen ja tutkivan journalismin erittäin hankalaksi. (mts. 166.) Kuitenkin esimerkiksi Meyer (2009), Trenz (2008) ja Baisnée (2002) toteavat, että EU-aiheinen tutkiva journalismi on lisääntynyt 1990-luvun lopulta. Merkittävimmät paljastukset ovat liittyneet hullun lehmän tauti -skandaaliin sekä Santerin komission lahjusskandaaliin, jonka seurauksena koko komissio erosi vuonna 1999 (Baisnée 2002, 121).

Myös EU-politiikan sisältö asettaa haasteensa uutisoinnille. Merkittävimmät päätöksentekuelimet, komissio ja neuvosto, toimivat suljettujen ovien takana (Möra 2008, 165). Näitä toimivallaltaan vähäisemmästä, mutta toiminnaltaan avoimemmasta, parlamentista uutisoimista vaikeuttaa taas se, että parlamentin puolueet ovat jäsenvaltioiden kansallisten puolueiden yhteenliittymiä, minkä vuoksi puoluejako poikkeaa huomattavastikin kansallisista puoluejaoista. Käytävät keskustelut saattavat jäädä kansallisiin debatteihin tottuneille journalisteille vaikeasti hahmotettaviksi ja etäisiksi. Lisäksi europarlamentin kansallisia parlamentteja vähäisemmästä toimivallasta johtuen siellä käytävän keskustelun yhteys varsinaisiin päätöksiin ja lopulliseen lainsäädäntöön on ollut epämääräisempi kuin kansallisella tasolla. (mts. 166.)

Erittäin haasteellista on EU-lainsäädäntöprosessin raportointi. Lainsäädäntöprosessi saattaa olla todella monimutkainen ja hidas, ja kuten Erkki Karvonen toteaa: ”*[e]nnen kuin tapahtumasarjoista tulee uutisia, niiden on tehtävä itsensä tiettäväksi jonkin enemmän tai vähemmän havaittavan teon kautta.*” (1997, 67). Utinen on siis olemassa vasta, kun tapahtuu ”jotakin rutiinin ja oletusarvoisen rikkovaa” (mts. 68). EU:n lainsäädäntöprosessi käynnistyy, kun komissio esittää lakialoitteen, minkä jälkeen sitä saatetaan puida ensin parlamentissa, sitten neuvostossa ja jälleen parlamentissa, välillä valiokunnissa ja lopulta kansallisissa parlamenteissa. Pahimmillaan prosessi saattaa kestää vuosia ja alkuperäinen aloite saattaa muuttua useaan otteeseen. Kirjeenvaihtaja joutuu miettimään, missä vaiheessa lainsäädäntöprosessi on päässyt niin merkittävään vaiheeseen, että se ylittää uutiskynnyksen. Asiaa ei helpota se, että käynnissä on yhtä aikaa useita eri lainsäädäntöprosesseja. (Möra 2008, 166–167.)

3.4 Komission viestintä ja sen kehitys

Komissio on EU:n viestinnän ja päätöksenteon keskus, ja se onkin unionin toimielimistä selvästi eniten mediassa esillä. Media on myös jatkuvasti yhä kiinnostuneempi EU-asioista. (Meyer 2009, 1052, 1054.) Maria Lindholmin mukaan komissiolla on viestintään myös toisenlainen syy: koska komission asema ei ole kansallisvaltioiden hallitusten tapaan vakiintunut ja eittämätön, sen täytyy jatkuvasti oikeuttaa asemansa ja toimivaltansa viestimällä tekemisistään yleisölle (2007, 56–57).

Viestintä, tietopalvelu ja mediasuhteet ovat kuuluneet alusta saakka komission toimintaan, mutta komissaareilla ei pitkään aikaan ollut kiinnostusta ottaa salkkuunsa viestintäasioita, joten ne annettiin joko pienen maan komissaarille tai suuren maan kakkoskomissaarille muiden tehtävien ohien. Vuonna 1999 toimintansa aloittaneesta Prodin komissiosta lähtien viestintä on saanut enemmän painoarvoa komission toiminnassa. Vuosina 2004–2009 toimineessa Barroson komissiossa toimi ensimmäistä kertaa nimenomaan viestintäasioihin keskittynyt komissaari, Margot Wallström, joka oli myös komission varapuheenjohtaja. Hänen toimikaudellaan unionille luotiin ensimmäisen kerran viestintästrategia. (mts. 32–33.)

Viestintästrategian laatiminen nähtiin tarpeelliseksi Ranskan ja Alankomaiden hylättyä EU:n perustuslakisopimuksen kansanäänestyksissä vuonna 2004, sillä viestintäongelmia pidettiin osasyynä vaalituloksiin. Komissio julkaisi useita viestintäpolitiikkaa käsitteleviä asiakirjoja, joista vuonna 2006 julkaistu *Valkoinen kirja eurooppalaisesta viestintäpolitiikasta* sisälsi periaatteita, joiden pohjalta viestintäpolitiikka olisi kehitettävä. Näitä olivat *kattavuus* (kansalaisten saatavilla tulisi olla tietoa yleisesti kiinnostavista aiheista heidän omalla kielellään useiden kanavien välityksellä), *monimuotoisuus* (sosiaalisten, kulttuuristen ja poliittisten erojen kunnioittaminen) ja *osallistuminen* (kansalaisilla tulisi olla oikeus ilmaista näkemyksensä, tulla kuulluiksi ja käydä vuoropuhelua päättäjien kanssa). Valkoisessa kirjassa todettiin, että EU-viestintää pidetään jäsenvaltioissa ”Brysselin sisäpiirin asiana”, eivätkä jäsenvaltiot ole kiinnostuneita selittämään kansalaisilleen unionin toimintaa. Tämän vuoksi unionin olisi itse esiinnyttävä näkyvästi kansallisissa medioissa, Internetissä ja uusmediassa sekä esitettävä viestinsä kansalaisten omalla kielellä näille relevantissa muodossa. Jäsenvaltioissa sijaitsevilla edustustoilla olisi merkittävä osuus sen varmistamisessa, että viesti menee perille. Viestinnän pitäisi olla kansalaislähtöistä, ei instituutiokeskeistä. Unionin pitäisi myös siirtyä entisestä EU-informaatiota jakavasta

viestintästrategiasta dialogia kannustavaan: tulisi kuunnella kansalaisten näkemyksiä siitä, mitä unionin pitäisi tehdä. (Young ym. 2008, 170, 172–173.)

Jo ennen perustuslakiesityksen hylkäämistä ja viestintästrategian laatimista oli kuitenkin alettu kiinnittää enemmän huomiota viestintään. Esimerkkinä viestinnän uudesta merkityksestä jo Prodin komission aikana voi mainita viestinnän pääosaston (DG Commission, silloinen DG Press) perustamisen vuonna 2001. Pääosasto koostuu tällä hetkellä neljästä osastosta (*direction*), komission tiedottajista (*Service du porte-parole*) ja jäsenvaltioissa sijaitsevista edustustoista, joita on jokaisessa jäsenvaltiossa vähintään yksi, mutta suuremmissa useampikin (kuten Britanniassa neljä, Saksassa kolme ja Ranskassa kaksi). (Lindholm 2007, 128, 147.) Viestinnän pääosaston neljästä osastosta yksi vastaa viestintä- ja tietopalvelustrategioista ja -politiikoista (sekä muun muassa toteuttaa mielipidekyselyitä, tekee mediaseurantaa ja ylläpitää kansalaisille suunnattuja *Europa-* ja *Europa Direct* -sivustoja), toinen koordinoi edustustojen toimintaa, kolmas kehittää viestintätyökaluja ja neljäs huolehtii henkilöstöstä sekä taloudellisista ja teknisistä resursseista (mts. 147).

Vuodesta 2001 viestinnän pääosaston osana olleet tiedottajat (*Service du porte-parole, SPP*) ovat komissiossa se taho, joka on tekemisissä Brysseliin akkreditoituneen toimittajakunnan (ks. myös luku 5.2) kanssa ja joka välittää näille tietoa komission päätöksistä ja politiikoista (Brüggemann, De Clerck-Sachsse & Kurpas 2006, 17). SPP järjestää päivittäin maanantaista perjantaihin puolilta päivin komission lehdistötilaisuuden, jota kutsutaan nimillä *briefing*, *Rendez-vous de midi* tai *Midday briefing* (Lindholm 2007, 153–154). Ennen tilaisuuden alkua on jaossa muun muassa tilaisuuden ohjelma (myös sähköisenä julkaistava *Midday Express, MEX*) sekä komission lehdistötiedotteita (joiden otsikot ja ingressit näkyvät myös MEXissä) (mts. 151, 177). Itse tilaisuudessa komission tiedottaja esittelee komission esityslistalla olevat asiat ja vastaa toimittajien kysymyksiin. Esitettyihin kysymyksiin vastaavat tarvittaessa myös tiedottajakunnan tiettyihin komission toiminta-aloihin perehtyneet jäsenet. (mts. 154.)

Ensisijaisesti lehdistötilaisuus on kuitenkin vuosikymmenten saatossa todelliseksi instituutioksi muotoutunut sosiaalinen rituaali, joka luo yhteisöllisyyttä kirjeenvaihtajien välille. Olivier Baisnéen mukaan kirjeenvaihtajat eivät itse asiassa lähes koskaan saa tilaisuudessa tiedottajilta sellaista tietoa, jota heillä ei jo olisi, ja mikä yllättävintä, suurin osa kirjeenvaihtajista on perillä myös niistä käsiteltäviin aiheisiin liittyvistä konflikteista ja ongelmista, joista tiedottajat eivät tilaisuudessa puhu. Brysselin kirjeenvaihtajien varsinaisina tietolähteinä toimivatkin unionin hallintovirkamiesten

epäviralliset lausunnot sekä jopa komission tiedottajien kanssa käytävät epäviralliset keskustelut. Myös toiset toimittajat – joita tavataan pääasiassa lehdistötilaisuudessa – toimivat tietolähteinä. (Baisnée 2002, 110–111.)

Komission viestintäpolitiikan muutos näkyy myös siinä, että SPP:n toiminta on viime vuosina muuttunut ammattimaiseksi. Ennen 1990-luvun loppua tiedottajat valittiin ensisijaisesti teknisen osaamisen ja luotettavuuden eikä viestintätaitojen tai median tuntemuksen takia, sillä komission yleisönä olivat lähinnä erikois- ja laatu-julkaisut, jotka yleensä suhtautuivat myönteisesti Euroopan integraatioon ja tunsivat asiat sekä unionin käyttämän kielen. Nykyään tiedottajat valitaan yhä useammin viestintävalmiuksien ja toissijaisesti erikoisalan tuntemuksen takia. (Meyer 2009, 1058.)

Ammattimaistuminen näkyy selvästi myös komission informaatiovirran koordinoinnissa: Ennen oli pitkiäkin ajanjaksoja, jolloin komissiolla ei ollut tarjota medialle relevantteja tai kiinnostavia uutisaiheita, ja toisaalta oli taas jaksoja, jolloin tehtiin niin paljon merkittäviä lakialoitteita ja päätöksiä, että medialla ei ollut resursseja raportoida niistä kaikista. Nykyään komission uutisvirtaa koordinoidaan päivittäin ja viestinnän pääosastoon muutama vuosi sitten perustettu yksikkö suunnittelee komission viestintää jopa kuusi viikkoa eteenpäin. (mts. 1056.) Samoin viimeisimmät tapahtumat välitetään akkreditoituneille toimittajille tuoreeltaan EsPRESSo-sähköpostilistan kautta. Aikaisemmin *briefing*-tilaisuuden jälkeen ilmestyneitä uutisia ei välillä saatu tiedotettua toimittajille ajoissa. Komissio on laajentanut viestintäänsä myös Internetiin: vuonna 2001 DG Press avasi sähköisen uutishuoneen, ja samana vuonna julkaistiin myös kaikki komission vuodesta 1985 lähtien julkaisemat lehdistötiedotteet sisältävän RAPID-tietokannan uusi versio. (Brüggemann ym. 2006, 18.) Jotkut komissaarit taas pitävät Internetissä omaa blogiaan (Young ym. 2008, 173).

Komissio on myös panostanut huomattavasti audiovisuaaliselle medialle suunnattuun materiaaliin: toimittajilla on mahdollisuus päästä suurelta osin ilmaiseen ja alati kasvavaan valokuva- ja videopätkätietokantaan, ja komissio on alkanut tuottaa yhä enemmän videotiedotteita (*video news release, VNR*), joilla se yrittää houkutella televisiokanavat näyttämään itse editoimiaan tiedotteita (vrt. lehdistötiedotteiden asema itse laadittuina omaa toimintaa esittelevinä tiedotteina, luku 5.1). Niin ikään komissiolla on YouTube-palvelussa oma kanavansa EU Tube. Lisäksi komissio on aloittanut Brysselin ulkopuolelle sijoittuneille toimittajille suunnatun *Europe by Satellite* -palvelun, jota voi käyttää myös Internetissä. (Meyer 2009, 1057.)

Ammattimaisuus on myös levinnyt viestinnän pääosaston ulkopuolelle: komissio on laatinut tiukemmat säännöt siitä, milloin tavallinen rivihallintovirkamies voi antaa lausuntoja medialle. (mts. 1058.) Samaan aikaan komissio kuitenkin suhtautuu politiikassa nykyään käytettyihin PR-tekniikoihin (ks. luku 2.3) huomattavasti epäröivämmin ja kaksijakoisemmin kuin kansalliset hallintoelimet. Komissiossa työskentelevät viestintäammattilaiset eivät ole varmoja, mitä viestintäkeinoja he voisivat käyttää ja mihin heidän pitäisi pyrkiä, sillä toimitus itse ei ole ilmaissut selkeästi, haluaako se muuttaa ihmisten mielipiteitä ja asenteita unionia kohtaan vai tyytyykö se pelkästään ”kuuntelemaan” ja ”jakamaan informaatiota”. (mts. 1057.; vrt. luvussa 2.3 esitetyt ajatukset poliittisesta suhdetoiminnasta)

4 LOKALISOINTI

Termi *lokalisointi* (engl. *localization* tai *localisation*) on johdettu englanninkielisestä verbistä *localize/localise* (Salmi 2008, 55), joka voidaan suomentaa ilmauksilla *paikantaa*, *paikallistaa*, *rajoittaa johonkin* ja *antaa jollekin paikallisväriä* (Hurme, Pesonen & Syväoja 2001, 683). Lokalisointi-termiä käytetään niin informaatioteollisuuden kuin kääntämisenkin yhteydessä, ja selvitan tässä luvussa tarkemmin termin eri käyttöyhteyksiä ja merkityksiä.

4.1 Lokalisointi ja ICT-ala

Lokalisointi-termiä on käytetty ICT-alalla 1990-luvulta lähtien puhuttaessa prosessista, jossa digitaalisesta ”tuotteesta [tietokoneohjelmat ja -pelit, www-sivut sekä kännyköiden käyttöliittymät yms.] tehdään toisessa maassa, kulttuurissa ja kielessä toimiva” (Salmi 2008, 56). Kansainvälinen lokalisointijärjestö LISA (Localization Industry Standards Association) on määritellyt lokalisoinnin seuraavasti:

1. *The process of modifying products or services to account for differences in distinct markets.*
2. *The process of adapting software for a particular geographical region (locale). Translation of the user interface, system messages, and documentation is a large part (but not all) of the localization process. Localization is often abbreviated as L10N. This abbreviation is formed using the first and last letters of the word (L, N) and the number 10, which specifies the number of letters between the L and the N. (LISA 2009)*

LISAn määritelmässä mainitulla termillä *locale* (suomeksi *lokaali*) tarkoitetaan kielen ja kulttuurin yhdistelmää. Lokaaleja ovat esimerkiksi Kanadassa käytetty ranska (”French, Canada”), joka eroaa Ranskassa käytetystä (”French, France”), Brasiliassa puhuttava portugali (”Portugal, Brazil”) tai Itävallan saksa (”German, Austria”). Niinpä lokalisointiprosessi ei rajoitu digitaalisen tuotteen kielen muuttamiseen, vaan siihen kuuluu olennaisena osana erilaisten kulttuurisidonnaisten piirteiden muokkaaminen. Näitä ovat esimerkiksi päivämäärien, kellonaikojen, osoitteiden ja puhelinnumeroiden merkitsemistavat sekä mittayksiköt ja erilaiset symbolit. (Salmi 2008, 56; LISA 2009.)

Valmistajan on tärkeää muokata digitaalisen tuotteen kulttuurisidonnaisia piirteitä tuotteen käyttöalueen mukaan, sillä kullakin käyttäjäjyhteisöllä on omat kulttuuriset konventionsa. David Lewis

määrittelee kulttuurisen konvention ”käyttäytymisen säännönmukaisuudeksi, jolle on ominaista se, että tietyssä toistuvassa tilanteessa lähes jokainen melkein poikkeuksetta noudattaa tätä säännönmukaisuutta ja odottaa samaa muiltakin yhteisön jäseniltä” (Lewis 1975 teoksessa Reiss & Vermeer 1986, 103).

Kielenkäytön konventioille on ominaista se, että ne ovat kirjoittamattomia sääntöjä, jotka ilmenevät yhteisinä piirteinä tietyllä kielialueella tuotetuissa teksteissä, ja että ne voivat muuttua samalla kun muuttuu se kulttuuri, jossa ne vaikuttavat (Reiss & Vermeer 1986, 103). Tekstikonventiot voivat tulla näkyviin millä tahansa kielen tai tekstin tasolla (mts. 104), ja niiden tehtävänä on toimia tekstilajin tunnistussignaaleina, herättää tekstiä koskevia odotuksia ja ohjata tekstin ymmärtämistä. Jos teksti rikkoo lukijan tekstikonventio-odotuksia, lukija voi pitää tekstiä muotopuolena, ”väärät” konventiot voivat saada hänet löytämään tekstile tai sen osille uusia tulkintamahdollisuuksia tai tekstillä tavoiteltu viestintä epäonnistuu täysin. (mts. 106.)

Houkutellakseen asiakkaita valmistajan on vältettävä tämänkaltaiset kulttuurikonventioita koskevat ongelmat ja luotava tuote, jonka informaatio on asiakkaille sisällöltään ja ulkoasultaan tutun tuntuista ja jota käyttäessään asiakkaat tuntevat olonsa kotoisaksi (Frisk 2008, 23). Esimerkiksi suomalaiset olettavat suomenkielistä tekstiä lukiessaan, että teksti noudattelee suomalaisia konventioita niin, että rahasummat ilmaistaan euroina, etäisyydet kilometreinä, tilavuudet litroina ja lämpötilat Celsius-asteina. Jos tekstissä sitten puhutaankin vaikkapa Australian dollareista, maileista, gallonista tai Fahrenheit-asteista, lukijat hyvin todennäköisesti alkavat tuntea olonsa enemmän tai vähemmän hämmentyneeksi ja epämukavaksi.

Kulttuuristen konventioiden lokalisointi ei kuitenkaan rajoitu mittayksiköiden ja merkitsemistapojen mekaaniseen muuttamiseen. Välillä lokalisoinnissa on kyse ajattelutavoista, vivahteista ja vihjauksista, joiden tunnistamiseen vaaditaan syvällistä kulttuurituntemusta. Maikki Frisk on esitellyt pro gradu -tutkielmassaan (2008) esimerkkejä kulttuurisidonnaisista seikoista, jotka liittyvät Internet-sivujen lokalisointiin. Frisk mainitsee muun muassa värien aseman kulttuureissa: Jotkin kansakunnat suosivat tai karttavat tiettyjä värejä, ja joskus väreillä taas on poliittisia, uskonnollisia tai etnisiä konnotaatioita, minkä vuoksi niiden käyttö ei ole suotavaa. Esimerkiksi korealaiset ja japanilaiset voivat loukkaantua punaisen ja kullankeltaisen käytöstä, sillä nämä värit ovat tavallisia kiinalaisille suunnatussa viestinnässä. Myös kansallisten symbolien, kuten valtioiden rajojen ja lippujen, käytössä voi ilmetä ongelmia, jos alueella on rajakiistoja tai lipun käyttö on poliittinen kiistakysymys. Yksittäiset sanat tai fraasit voivat niin ikään olla ei-toivottuja, kuten

aasialaisessa numerologiassa kuolemaa merkitsevän luvun ”neljä” käyttö. Lisäksi kansainvälisten markkinointisloganien kääntämisessä voi ilmetä ongelmia: kun pikaruokaketju Kentucky Fried Chicken otti Kiinassa käyttöön sloganinsa *finger lickin’ good*, tuloksena oli kiinankielinen markkinointilause, joka kehotti ihmisiä syömään sormensa. (Hall & Moore 2001 teoksessa Frisk 2008, 19.)

Lokalisoinnin ohella ICT-alalla käytetään myös kahta muuta termiä, jotka liittyvät kiinteästi lokalisointiprosessiin: *internationalisointi* ja *globalisointi*. Internationalisointi tarkoittaa sitä, että tuote suunnitellaan lokalisointia ja erikielisten versioiden toimivuutta silmällä pitäen. Toisin sanoen tuotteesta tehdään kulttuurisesti ja teknisesti mahdollisimman neutraali, jotta se on helposti lokalisoitavissa tarvittaville kieli- ja kulttuurialueille. Globalisointi taas viittaa yrityksen kaikkiin toimintoihin, jotka ovat tärkeitä yrityksen kansainvälisen liiketoiminnan kannalta ja joiden avulla yrityksestä tulee aidosti kansainvälinen. Globalisointi kattaa yrityksen toiminnan eri osa-alueet, kuten tuotesuunnittelun, myynnin ja markkinoinnin, asiakastuen, henkilöstön, johdon ja taloushallinnon. Näin ollen globalisointi sisältää myös internationalisoinnin, lokalisoinnin ja kääntämisen. (LISA 2009; Salmi 2008, 57.)

Yritysten liiketoiminnan globalisoituessa ja tarvittavien kieliversioiden määrän lisääntyessä lokalisoinnista on tullut niin mittavaa toimintaa, että ohjelmistovalmistajien ja muiden alan toimijoiden on järkevämpää ulkoistaa lokalisointitoiminta (Esselink 2006, 24). Lokalisoinnista onkin tullut oma teollisuuden alansa, joka työllistää kasvavan määrän käännöstoimistoja ja muita kielipalveluiden tarjoajia (Salmi 2008, 58). Toukokuussa 2009 tutkimus- ja konsulttiyritys Common Sense Advisory arvioi, että lokalisointiteollisuuden vuoden 2009 liikevaihto on 15 miljardia dollaria ja että vuonna 2013 alan liikevaihto olisi kasvanut jo 25 miljardiin dollariin (Beninatto & Kelly 2009).

4.2 Lokalisointi ja käännöstiede

4.2.1 Lokalisoinnin tutkimus käännöstieteessä

Digitaalisten tuotteiden muokkaaminen eri kieli- ja kulttuuriympäristöihin sopivaksi on herättänyt kiinnostusta myös käännöstieteen alalla, ja lokalisointiaiheisia tutkimuksia onkin ilmestynyt 1990-luvun loppupuolelta lähtien. Tutkimus on ollut pääasiassa käytännönläheistä, sillä kyseessä oli ja on

yhä teollisuuden ala, jolla on oma tekninen diskurssinsa ja näkökulmansa, joka poikkeaa käännöstieteen käyttämästä perinteisestä humanistisesta kysymyksenasettelusta. (Pym 2004a.)

Tätä käännöstieteen ja teknisen toiminnan välistä näkökulmien ja diskurssien eroa kuvaa osuvasti se, miten alat mieltävät kääntämisen ja lokalisoinnin suhteen. ICT-alan näkökulmasta lokalisointi on toimintaa, johon kääntäminen sisältyy yhtenä osa-alueena kieliversioiden testauksen, lisäohjelmoinnin ja projektin hallinnan rinnalla (Salmi 2008, 59). Lokalisointiprosessin näkökulmasta kääntäminen on puhtaasti kielellistä toimintaa, jossa luonnollisen kielen sanaketjut korvataan toisen luonnollisen kielen vastaavilla sanaketjuilla. Kääntäminen on siis täysin irrallinen toiminto, eikä sitä tule sekoittaa lokalisointiprosessin muihin vaiheisiin, sillä käännöstoimintaan ei kuulu tekstin muokkaaminen tai uudelleensuunnittelemineen käyttöalueen tarpeiden mukaan. Kääntäminen on käytännössä niin automaattinen osa lokalisointia, ettei termiä edes esiinny lokalisoinnin avainkäsitteiden joukossa. (Pym 2004b, 51–52, 54.)

Sen sijaan käännöstieteen näkökulmasta kääntämiseen sisältyy kielen lisäksi aina myös kulttuuriin liittyvät seikat siksi, että kieltä ja kulttuuria ei voi erottaa toisistaan (Salmi 2008, 59). Kääntämisestä puhuttaessa *kulttuuri* on laaja käsite, johon kuuluu tieteen ja taiteen ohella koko yhteiskunta tapoineen, näkemyksineen ja rakenteineen (Sunnari 2006, 28). Käännöstieteen näkökulmasta kääntäminen on kulttuurienvälistä viestintää, joka liittyy aina johonkin tilanteeseen ja jossa on aina läsnä vähintään kaksi eri kulttuuria. Käännöstieteilijät pitävätkin lokalisointia kääntämisen erikoisalana samaan tapaan kuin vaikkapa teknisen, kaupallisen ja hallinnollisen alan tekstien kääntämistä. Mainituista kääntämisen erikoisaloista lokalisointi eroaa siten, että siihen sisältyy viestin kielellisen ja kulttuurisen muokkaamisen lisäksi teknistä muokkaamista. (Salmi 2008, 59.)

Lokalisoinnin mieltäminen kääntämisen erikoisalaksi näkyy myös siinä, että lokalisointia on alettu opettaa kääntäjänkoulutuslaitoksissa muiden kääntämisen erikoisalojen tapaan käytännön työelämän vaatimusten vuoksi (Pym 2004a)¹. Myös käännöstieteellistä tutkimusta lokalisoinnista on alkanut ilmestyä (ks. esim. Pym 2004b, Dunne 2006, Pym, Perekrestenko & Starink 2006). Suomalaisissakin yliopistoissa lokalisointi on löytänyt paikkansa osana käännöstieteellistä tutkimusta ja diskurssia, mistä osoituksena on esimerkiksi se, että Internetissä julkaistuissa

¹ Suomalaisstenkin yliopistojen kääntäjäkoulutuslaitosten opetusohjelmista löytyy lokalisointikursseja: lukuvuonna 2009–2010 lokalisointia opetetaan ainakin Helsingin (Käännöstieteen opetusohjelma 2009) ja Tampereen yliopistoissa (Opetusohjelma 2009). Niin ikään lokalisointia käsitteleviä pro gradu -tutkielmia on 2000-luvulla ilmestynyt useissa suomalaisissa yliopistoissa (ks. esim. Candelin ja Kipinöinen 2007, Frisk 2008, Laaksonen 2004, Pitsinki 2006, Vähämäki 2008).

käännösalan sanastoissa, Turun yliopiston kääntämisen ja tulkkauksen keskuksen Kääntämisen opetussanastossa ja Helsingin yliopiston yleisen kielitieteen laitoksen MonAKO-sanastossa, on mukana lokalisointi-termi:

lokalisointi

Tietokoneohjelman tai internet/intranet-sivun sopeuttaminen erikielisille markkinoille. Tietyn kielen ja kulttuurin piirteet sisällytetään aiemmin kansainvälistettyyn tuotteeseen. synonyymi: paikallistaminen <= kansainvälistäminen (Opetussanasto 2009)

localization, localisation

Definition: process of adapting texts, particularly software and software manuals, to local cultural conditions (MonAKO Glossary 2009)

Molemmat määritelmät lokalisointi-termille ovat hyvin samantapaiset kuin luvussa 4.1 esitelty LISAn määritelmä, mutta niiden välillä on kuitenkin merkittävä ero: MonAKO-sanastossa todetaan, että lokalisoinnissa on kyse etenkin ohjelmistojen ja niiden käyttöohjeiden muokkaamisesta, kun taas Kääntämisen opetussanasto rajoittaa termin käytön vain ohjelmistojen muokkaamiseen. Näin MonAKO-sanaston määritelmä jättää mahdollisuuden käyttää lokalisointi-termiä myös muiden tekstilajien kohdalla. Tämän tutkielman seuraavassa alaluvussa tarkastellaankin termin soveltamista käännöstoimintaan yleensä.

Vaikka käännöstiede tutkiikin lokalisointia ja kääntäjänkoulutuslaitoksissa eri puolilla maailmaa järjestetään lokalisointikursseja, lokalisoinnin ja käännöstieteen suhdetta tarkastellut Anthony Pym (esim. 2004a, 2004b, 2005) näkee lokalisoinnin teknisen näkökulman jopa uhkana käännöstieteen kehitykselle. Pym toteaa, että 1980-luvun puolivälistä lähtien käännöstiede alkoi korostaa ekvivalenssin (ks. luku 3.2) sijasta kulttuurisia seikkoja ja käännöksen käyttötarkoitusta. Kääntämisessä ei siis ollut enää keskeistä käännöksen uskollisuus alkutekstille ja alkutekstin merkityksille, vaan käännös nähtiin itsenäisenä tekstinä, joka oli tehty tiettyä käyttötarkoitusta varten. Viestinnällisen näkemyksen mukaan käännöksen ja sen alkutekstin käyttötarkoitukset eroavat yleensä jo siksikin, että käännöksellä on uusi lukijakunta ja uusi kulttuuriympäristö. Tällöin käännös vastaa alkutekstiään kielellisesti vain sattumalta, sillä kielelliseen vastaavuuteen ei tietoisesti pyritä. Anthony Pym toteaaakin, että tämän ajatusmallin mukaan käännettäessä muokataan alkuperäistä tekstiä niin paljon, että käännöstoimintaa voisi itse asiassa kutsua lokalisoinniksi. Kuitenkin ICT-alan lokalisoinnin tekninen näkökulma ja diskurssi, joiden mukaan kääntäminen on vain kielellistä toimintaa ja sanojen korvaamista toisen kielen vastaavilla sanoilla (vrt. luvussa 3.2 esitetyt

käsitykset EU-kääntämisestä), uhkaa Pymmin mukaan romuttaa käännöstieteellisen tutkimuksen ja keskustelun runsaan 20 vuoden aikana saavuttamat tulokset. (Pym 2004a.) Kun on päästy jonkinlaiseen yksimielisyyteen siitä, että kaikki kulttuurirajat ylittävät suhteet ovat luonteeltaan käännöksellisiä ja että kääntäjien pitäisi olla asiantuntijoita kulttuurierojen hallitsemisessa, lokalisoitidiskurssi näkee kääntämisen samanlaisena kapea-alaisena kielellisenä toimintana, jollaiseksi kääntämisen tutkijat käsittivät sen 1960-luvulla (Pym 2005).

Kärjekkäistä ja ehkä hivenen liioitelluista näkemyksistään huolimatta Anthony Pym näkee näillä kahdella alalla olevan opittavaa toisiltaan. Pym on valmis lainaamaan lokalisoitidiskurssista käännöstieteeseen termin *lokaali*, joka hänen mukaansa on kätevä nimitys ilmiölle, jota käännöstieteessä on kutsuttu ”kielellisiksi ja kulttuurisiksi tekijöiksi”. Myös lokalisoijat voisivat Pymmin mukaan hyötyä työssään esimerkiksi seuraavista käännöstieteen havainnoista: käännökset ovat yleensä hieman pidempiä kuin alkutekstit, käännöksissä käytetty sanasto on muita tekstejä suppeampi ja asioiden ilmaisutapa on eksplisiittisempi. (Pym 2004a.)

4.2.2 Lokalisointi-käsitteen käyttö muussa käännöstieteellisessä tutkimuksessa

Anthony Pym on ehdottanut digitaalisten tuotteiden lokalisoinnin ja käännöstieteen välistä suhdetta tarkastellessaan, että lokalisoinnin käsitettä voitaisiin käyttää myös muissa yhteyksissä kuin ICT-alan tuotteista puhuttaessa. Hänen mukaansa jotakin lokalisoinnin kaltaista voidaan nähdä niissä yhteyksissä, joissa käännöstoimintaa on perinteisesti harjoitettu. Esimerkiksi paikallislehdestä luettavissa oleva ulkomaan uutinen on lokalisoitu teksti: alkuperäinen uutinen on muokattu tulokulttuurin tarpeisiin tavalla, joka eroaa perinteisestä kääntämisestä. (Pym 2004b, 4.)

Pym jopa laajentaa lokalisoinnin käsitettä käännöstoiminnan ulkopuolelle toteamalla, että lokalisoituihin teksteihin voi törmätä kaikkialla, sillä suurin osa teksteistä on joko osittain tai kokonaan uudelleen kirjoituksia ja siten ne täyttävät lokalisoinnin määritelmän sanan laajimmassa merkityksessä – esimerkiksi James Joycen *Odysseus* on Pymmin mukaan Homeroksen *Odysseuksen* lokalisoitu versio, samoin kuin aiemmin kuullun vitsin kertominen toisessa tilanteessa. Lokalisoitujen tekstin ei Pymmin mukaan oleteta edustavan mitään aiempaa tekstiä, vaan lokalisoitu teksti on aiemman tekstin ohella osa jatkuvaa materiaali-jakaumaa (engl. *constant material distribution*), joka saa alkunsa yhdessä kulttuurissa ja saattaa jatkua useissa muissa kulttuureissa. (mts. 4–5.)

Pymin esimerkkiä seuraten Alberto Orengo (2005) on tarkastellut italialaisten sanomalehtien ulkomaan uutisointia ja ehdottaa lokalisointi-termin käyttämistä myös uutiskääntämisen yhteydessä, sillä uutisia adaptoidaan merkittävästi niiden lukijakunnan mukaan. Uutiset ovat globaaleja tekstejä, jotka on välttämättä lokalisoitava, jotta ne saataisiin myydyksi lukijakunnalle eikä ostajia karkotettaisi vaikkapa kansallisesti tai poliittisesti arkaluonteisilla asioilla. Toimittaja-kääntäjän tehtävänä on muokata kansainvälisestä uutisesta nopeasti tietylle lukijakunnalle sopiva sanoma. (Orengo 2005, 170.)

Lukijakunnan tarpeisiin sopiva sanoma syntyy useiden toimituksellisten vaiheiden kautta. Tässä tuotantoprosessissa kääntäminen on koko uutistuotannon kannalta marginaalinen vaihe, mutta ilman sitä uutisten siirtäminen olisi mahdotonta. Tuotantoprosessin aikana käännökset ”paloitellaan” ja käytetään varsinaisen uutisen raaka-aineena; tarkoituksenahan on tuottaa uutinen eikä käännoistä kansainvälisestä uutisesta. Kääntäminen on näin osa uutisen syntyä, mutta kääntämisen tarkan osuuden määrittelemineen uutisen tuotantoprosessissa on vaikeaa. (mts. 170.) Anthony Pym onkin todennut, että lokalisoinnissa on mukana muutakin kuin vain kielten ja kulttuurien vastakkainasettelu ja että siksi lokalisoinnissa on kysymys muustakin kuin pelkästä kääntämisestä (Pym 2004b, 5). Lokalisoinnin käsitettä onkin sovellettu käännoستieteen alalla uutisten kääntämisen lisäksi ainakin mainosten (de Pedro Ricoy 2007), matkaesitteiden (Kristensen 2002) sekä *Newsweekin* ja *Cosmopolitanin* kaltaisten kansainvälisten lehtien kääntämiseen (Mazur 2007, 347).

Edellä esiteltyt ajatukset ovat esimerkkejä uudenlaisesta näkökulmasta kääntämiseen. Lokalisointi-termin uusin merkitys onkin sen ottaminen käyttöön muilla kääntämisen aloilla puhuttaessa viestin muokkaamisesta kohdeyleisölle sopivaksi (Salmi 2008, 59). Käännoستieteen termein kyseessä on tällöin *käännoستratégia* (mts. 60). Turun yliopiston Kääntämisen ja tulkkauksen keskuksen julkaisema Kääntämisen opetussanasto määrittelee käänoستratégian käsitteen seuraavasti:

”Käännoستuksen toteuttamiseen tähtäävä yhtenäinen toimintasuunnitelma, jonka kääntäjä valitsee kussakin käänoستilanteessa sen perusteella, millaiseen käänoستukseen hän pyrkii.”
(Opetussanasto 2009)

Helsingin yliopiston Yleisen kielitieteen laitoksen julkaisema MonAKO-sanasto taas määrittelee käänoستratégian seuraavasti:

“[...] general principle adopted by a translator to guide some aspect of the translation of a given text, such as a strategy to translate very freely, or a strategy for using foot-notes. Note: some scholars use the term “global strategy” in this sense.” (MonAKO Glossary 2009)

Käännösstrategia tarkoittaa siis sitä, että kääntäjä näkee käännettävän tekstin yhtenä kokonaisuutena ja tekee yksittäiset käännösratkaisunsa käännöksen käyttötarkoituksen mukaan valitsemansa strategian pohjalta. Mahdollisia käännösstrategioita ovat esimerkiksi kouluissa vieraiden kielten opetuksessa käytetty sananmukainen käännös, jossa tuotetaan syntaktisesti korrektia, mutta tyylillisesti käännöskielimäistä kohdekielistä tekstiä, ja toisaalta viestivä käännös, jolla tarkoitetaan kielellisesti sujuvaa kohdekielistä tekstiä, josta ei välittömästi näe, että se on käännös (Reiss & Vermeer 1986, 77–78.) Käännösstrategiana voi olla myös vaikkapa lähtötekstin tekstilajin muuttaminen tai lähtötekstin kohdekielisen tiivistelmän tekeminen (Opetussanasto 2009) tai alaviitteiden käyttö (MonAKO Glossary 2009).

Leena Salmen mukaan käännöstieteilijä Lawrence Venutin esittämää kotouttavaa käännösstrategiaa voi myös pitää esimerkkinä lokalisoinnista (Salmi 2008, 60). Venuti käyttää termiä **kotouttaminen** (engl. *domestication*) käännöstavasta, jossa laaditaan ”luonnolliselta” näyttävä käännös. Kotouttava käännös noudattaa kohdekulttuurin tekstikonventioita, eikä siinä ole käännöksen lukijoille kielellisesti tai tyylillisesti outoja seikkoja, kuten vieraita sanoja, kohdekulttuurissa outoja idiomeja tai kömpelöitä lauserakenteita. Lukijat pystyvät tutustumaan alkutekstin sisältöön vaivattomasti, ja itse asiassa käännös on ottanut kohdekulttuurissa lähdetekstin aseman: sitä ei enää pidetä käännöksenä. (Venuti 1995, 1, 4–5.)

Venutin käyttämä kotouttamisen käsite on peräisin Friedrich Schleiermacherilta, joka kirjoitti vuonna 1813 seuraavasti: *”Se [kotouttaminen] ei vaadi lukijalta uupumista ja venymistä, vaan tahtoo loihkia vieraan kirjailijan välittömään nykyhetkeen ja näyttää teoksen sellaisena kuin se olisi, jos kirjailija itse olisi kirjoittanut sen alun perin lukijansa kielellä”* (2007, 25). Lisäksi kotouttavassa kääntämisessä kääntäjä Schleiermacherin mukaan *”jättää lukijan mahdollisimman rauhaan ja liikuttaa kirjailijaa lukijaa kohti”* (mts. 15).

Venutin kotouttavan käännösstrategian ohella voidaan mielestäni pitää myös Reissin ja Vermeerin esittelemää muokkaavan (toimittavan) kääntämisen käsitettä eräänlaisena lokalisointina. Muokkaavassa kääntämisessä lähtöteksti nähdään muiden käännösstrategioiden tavoin

kokonaisuutena, mutta olennaista on lähtötekstin muokkaaminen jossakin suhteessa. Lähtötekstiä muokataan esimerkiksi siksi, että käännöksellä ei tavoitella tai tavoiteta alkuperäistä kohderyhmää vastaavaa vastaanottajaryhmää kohdekulttuurissa tai että käännöksellä pyritään lähdetekstin tarkoituksesta poikkeaviin tavoitteisiin. Käännöstä tehtäessä voidaan myös tietoisesti haluta muuttaa yhtä tai useampaa lähdetekstin piirrettä. Esimerkkeinä muokkaavasta kääntämisestä Reiss ja Vermeer mainitsevat aikuisille kirjoitetun maailmankirjallisuuden romaanin kääntämisen lapsille ja nuorille, asiantuntijatekstien kääntämisen maallikkoyleisölle, elokuvien tekstitykset ja työelämän raakakäännökset, joiden tarkoituksena on informoida toimeksiantajaa pääpiirteisesti lähdetekstin sisällöstä ja rakenteesta. (Reiss & Vermeer 1986, 79–80.)

5 LEHDISTÖTIEDOTTEET JA NIIDEN LOKALISOINTI

Tämän tutkielman aiheena on komission lehdistötiedotteiden lokalisointi. Tarkastelen tässä luvussa ensiksi taustaksi Geert Jacobsin teoriaa lehdistötiedotteiden metapragmatiikasta, jonka keskeisenä ajatuksena on lehdistötiedotteiden muotoileminen ennalta (engl. *preformulation*) uutistekstien kaltaisiksi. Teoria limittyy tämän tutkielman luvuissa 2.1 ja 2.2 esiteltyihin käsityksiin median toimintalogiikasta ja poliittisesta suhdetoiminnasta. Tämän jälkeen selvitän lyhyesti komission alkuperäisten lehdistötiedotteiden erityispiirteitä ja tiedotteiden lokalisointia komission edustustoissa. Lopuksi syvennän luvussa 4.2.2 esitettyjä ajatuksia lokalisointi-käsitteen käytöstä käännöstieteellisessä tutkimuksessa sijoittamalla lehdistötiedotteiden lokalisoinnin käännöstieteen tutkimuskenttään.

5.1 Lehdistötiedotteiden metapragmatiikka

Geert Jacobsin mukaan lehdistötiedotteelle on tekstilajina tyypillistä se, että tiedote on laadittu vain, jotta sen sisältö kerrottaisiin uudestaan tiedotusvälineissä (1999, 1, 15–21). Lehdistötiedote keksittiin Yhdysvalloissa 1900-luvun alussa (Nelkin 1987 teoksessa Bell 1991, 58), ja lehdistötiedotteilla onkin ollut siitä lähtien merkittävä asema uutistuotannossa, sillä ne tarjoavat yrityksille, poliittisille puolueille ja jopa yksityishenkilöille mahdollisuuden saada ilmaistua uutislähetyksissä ja sanomalehtien palstoilla omat näkökulmansa ja mielipiteensä omilla sanoillaan. Erilaiset tahot voivat siis lehdistötiedotteiden avulla luoda itse itsestään uutisia, eikä niiden tarvitse odottaa tiedotusvälineiden yhteydenottoja. (Sleurs & Jacobs 2005, 1253.) Lehdistötiedotteista on etua myös tiedotusvälineille: kun tiedotteita julkaisevat organisaatiot tarjoavat toimittajille uutisaiheiden lisäksi myös valmiiksi mietityn tavan kertoa nämä uutiset, toimittajat säästävät aikaa ja rahaa, koska heidän ei tarvitse metsästää uutisarvoisia tapahtumia (Jacobs 1999, 38, 40).

Kyseessä on tämän tutkielman luvussa 2.3 esitelty keskinäinen riippuvuussuhde, joka on median toimintalogiikan vaatimusten ja erilaisten toimijoiden positiivisen julkisuuden tarpeen välillä. Media tarvitsee jatkuvasti helposti saatavaa ja edullista uutismateriaalia, ja kuten Sleurs ja Jacobs toteavat, lehdistötiedotteet ovat organisaatioille keino esitellä itseään ja toimintaansa haluamallaan tavalla ja tätä kautta hallita itseään koskevaa uutisointia (2005, 1253). Lehdistötiedotteen asemaa julkisuuden ja informaation hallinnan välineenä korostaa se, että kyseessä on performatiivinen

dokumentti, jolla voi muuttaa todellisuutta: kun lehdistötiedotteessa lukee, että organisaatio ilmoittaa tekevänsä tai tehneensä jotakin, tiedote itse on tämä ilmoitus (Jacobs 1999, 247).

Lehdistötiedotteiden metapragmatiikkaa tutkinut Geert Jacobs esittää, että lehdistötiedotteet suunnataan samaan aikaan kahdelle yleisölle: niin toimittajille kuin heidän yleisöilleen (sanomalehtien lukijoille, tv-katsojille yms.) (mts. 22, 46). Tämä näkyy Jacobsin mukaan myös tiedotteiden muotoilussa (mts. 67). Vaikka tiedotteiden ensisijainen kohderyhmä onkin median kuluttajat, nämä eivät kuitenkaan normaalisti näe lehdistötiedotetta sellaisenaan vaan siinä muodossa, kuin toimittajat sen julkaisevat (mts. 54, 61). Näin toimittajilla on Jacobsin mukaan ratkaisevan tärkeä välittäjän rooli: toimittaja valitsee, julkaiseeko hän saamansa lehdistötiedotteen vai jättääkö sen julkaisematta, jolloin tiedotteen sisältö ei lainkaan tule varsinaisen kohdeyleisönsä tietoon (mts. 71–73; ks. media julkisuuden päiväjärjestyksen asettajana, luku 2.2)¹. Tässä tilanteessa lehdistötiedotteen julkaisevan organisaation on vakuutettava toimittaja siitä, että tiedote kannattaa julkaista, ja toisaalta onnistuttava välittämään suurelle yleisölle haluamansa viesti niin, että tiedotteen julkistaminen tuo organisaatiolle mahdollisimman paljon positiivista julkisuutta. Niinpä organisaatio tavoittelee tilannetta, jossa sen julkaisemien lehdistötiedotteiden sisältö julkaistaan edelleen tiedotusvälineissä mahdollisimman samassa muodossa kuin alkuperäinen tiedote ja mieluiten niin, että tiedote julkaistaan sellaisenaan (mts. 1, 38, 46).

Jotta tavoiteltu tilanne toteutuisi, lehdistötiedotteet laaditaan niiden välittäjien (tai uudelleen kertojien) eli toimittajien tarpeita silmällä pitäen: tiedotteet muotoillaan uutisten kaltaisiksi, jotta toimittajat eivät haluaisi muokata niitä kovin paljon. Lehdistötiedotteiden muoto ja tyyli noudattelevatkin sanomalehtiutusten muotoa ja tyyliä: niissä on iskevät otsikot, tiedotteiden tärkeimmät asiat kootaan heti tiedotteen ensimmäiseen kappaleeseen ja itse toimijaan viitataan kolmannessa persoonassa – tiettyyn yritykseen voidaan viitata esimerkiksi yrityksen nimellä tai sanalla *yritys*, eikä puhuta *meistä*. (Sleurs & Jacobs 2005, 1254.; ks. myös Jacobs 1999, 74–79) Muita lehdistötiedotteelle tyypillisiä piirteitä ovat suhteellinen lyhyys ja selvän, yksinkertaisen, ytimekkään ja neutraalin kielen käyttäminen, uutista taustoittavien tietojen tarjoaminen tärkeimpien

¹ Inger Lassen huomauttaa, että lehdistötiedotteita julkaistaan yhä enenevässä määrin yritysten ja muiden tahojen kotisivuilla, ja väittää tämän kehityksen uhkaavan yllä kuvattua perinteistä suhdetta toimittajien ja lehdistötiedotteiden laatijoiden välillä, kun lehdistötiedotteiden julkisuuteen pääsy ei enää ole kiinni journalistien mieltymyksistä. (2006, 507–508). Mielestäni tämä näkemys on kuitenkin liiallinen yksinkertaistus, sillä vaikka lehdistötiedotteet voidaankin julkaista organisaation kotisivuilla, niiden julkisuus ei kuitenkaan ole yhtä mittavaa kuin tiedotusvälineissä julkaistujen tiedotteiden – laajan yleisön ei voida olettaa monitoroivan rutiininomaisesti kaikkien yhteiskunnallisesti merkittävien toimijoiden kotisivuja (ks. median agenda setting -tehtävä luku 2.2; vrt. Strömbäck 2008, 243).

tietojen jälkeen (ns. käänteinen pyramidi) ja yhteystietojen tarjoaminen tarkempia tietoja varten (Lindholm 2007, 84).

Lehdistötiedotteiden tapauksessa sanomalehti uutisten jäljittely ei rajoitu pelkästään muoto- ja tyylliseikkoihin, vaan myös niiden sisältö mukaillee journalistisia periaatteita (Jacobs 1999, 76, 122). Toimittajilla esimerkiksi on taipumus pitää luotettavampana puolueettomasta lähteestä saatua uutista kuin uutista, joka on peräisin omaa asiaansa ajavasta lähteestä. Niinpä lehdistötiedotteiden laatijoilla on syy kätkeä tai hämärtää suhteensa tarjoamaansa informaatioon. (Gandy 1982 teoksessa Jacobs 1999, 123.) Jacobsin mukaan organisaatiot viittaavat lehdistötiedotteissaan itseensä kolmannessa persoonassa (ks. yllä), koska kolmannen persoonan käyttö saa lehdistötiedotteen näyttämään puolueettomalta ja neutraalilta tekstiltä eikä organisaation omaa etua ajavalta mainokselta (1999, 123). Samoin lehdistötiedotteiden sisältämät sitaatit näyttävät lisäävän tekstin neutraaliutta (ks. alla). Neutraalilta näyttävässä lehdistötiedotteessa käytetään kuitenkin hienovaraisia kielellisiä keinoja, joilla voidaan manipuloida sen julkaisijan julkisuuskuva: hyviä uutisia kerrottaessa organisaation nimi ilmoitetaan tekstissä näkyvästi tekijän paikalla (herättää mielikuvia aktiivisesta ja dynaamisesta toimijasta) (mts. 130, 189) ja huonot uutiset taas kerrotaan passiivissa (häivytetään tietoa siitä, kuka on vastuussa negatiivisesta asiasta) (mts. 130) sekä kolmannen persoonan käytön ansiosta organisaation nimen yhteyteen voidaan luontevasti yhdistää positiivisia attribuutteja (mts. 131) (esim. *alan merkittävänä kansainvälisenä toimijana yritys X on ...*) jne.

Erityisen kiinnostava esimerkki lehdistötiedotteiden metapragmatiikasta on tiedotteissa olevat sitaatit. Kielenkäytössä sitaatilla on kaksi ominaispiirrettä: sitä pidetään yleensä alkuperäisen lausunnon uskollisena jäljennöksenä, ja se tuo tekstiin mukaan toisen, ulkopuolisen tahon näkökulman (mts. 148). Media on itse asiassa erittäin riippuvainen sitaattien käytöstä (mts. 167), mikä johtuu Jacobsin mukaan kahdesta seikasta: sitaattien käyttö tekee uutisoinnista eloisampaa ja värikkäämpää (”dramaattinen funktio”) sekä objektiivisempaa (”etäännyttävä funktio”) (mts. 183–184). Sanomalehtien toimittajat käyttävätkin tyypillisesti artikkeleissaan haastattelemiensa henkilöiden, kuten silminnäkijöiden tai asiantuntijoiden sitaatteja (mts. 149). Lisäämällä uutiseensa jonkun muun mielipiteen toimittajat ajattelevat irrottavansa itsensä kertomastaan tarinasta ja antavansa ”faktojen puhua” (mts. 190). Vaikka uutisen sitaatti ei käytännössä koskaan voikaan olla kirjaimellisen tarkka jäljennös lausunnosta, se *vaikuttaa* tarkalta jäljennökseltä, ja juuri tämä illuusio on se, mikä saa toimittajan tuntumaan luotettavalta. (mts. 197–198.)

Sitaatit ovat siis tiedotusvälineiden merkittävä muotovaatimus, ja siksi uutistyyliä jäljittelevät lehdistötiedotteiden laatijatkin sisällyttävät tiedotteisiinsa sitaatteja (mts. 167). Lehdistötiedotteiden sitaatit eroavat kuitenkin huomattavasti mediassa käytetyistä sitaateista: tiedotteiden sitaatit eivät yleensä ole puhujan lausunnon tarkkoja jäljennöksiä (mts. 148). Allan Bellin mukaan lainauksen yhteyteen nimetty henkilö ei melko varmasti ole edes antanut kyseistä lausuntoa, vaan tiedottajat keksivät suurimman osan sitaateista ja ”lainatut” henkilöt vain hyväksyvät sitaatit, tosin aina ei ole edes ”lähteen” hyväksyntä tarpeen (1991, 60). Geert Jacobsin mukaan lehdistötiedotteiden performatiivisuuden vuoksi keksitytkin sitaatit itse asiassa ”lausutaan” tiedotteen julkistamishetkellä (Jacobs 1999, 199, 278). Niin ikään lehdistötiedotteissa ”lainatut” henkilöt eivät myöskään ole toisia, ulkopuolisia tahoja, vaan tiedotteiden laatijat ja ”lainatut” edustavat yleensä samaa organisaatiota. Organisaatio lainaa siis tiedotteissaan itse itseään. (mts. 148–149.)

Toimittajat ovat tietoisia tästä kaikesta (mts. 198), mutta silti he hyödyntävät lehdistötiedotteiden sitaatteja, koska niissä on uutisarvoa lisääviä piirteitä: Kuten edellä todettiin, sitaatit elävöittävät ja lisäävät dramatiikkaa muuten varsin neutraaliin ja tylsäänkin tekstiin, mikä puolestaan vetoaa toimittajiin ja kannustaa heitä julkaisemaan tiedotteen (mts. 186). Lehdistötiedotteiden sitaatit mahdollistavat myös organisaatiosta kertovan uutisen henkilöimisen: etäiselle organisaatiolle annetaan näin ihmiskasvot (mts. 188). On myös osoitettu, että tiedotusvälineet arvostavat sosiaalista eliittiä uutislähteenä (mts. 234), ja lehdistötiedotteiden sitaattien lähde onkin organisaation hierarkiassa merkittävässä asemassa oleva henkilö eikä rivityöntekijä (mts. 212–213). Lähteen auktoriteettiasema on uutisarvon kannalta niin tärkeää, että ainakin jossakin määrin on merkittävämpää se, kuka sanoo jotakin kuin se, mitä hän sanoo ja miten (Cook 1989 teoksessa Jacobs 1999, 234). Auktoriteettiasemassa olevan henkilön sitaattia käytetään myös tukemaan ja vahvistamaan sitä, mitä muussa lehdistötiedotteessa sanotaan (Jacobs 1999, 215).

5.2 Euroopan komission lehdistötiedotteet

Lehdistötiedotteilla on merkittävä asema Euroopan komission viestinnässä. Komission lehdistötiedotteet laaditaan Brysselissä ja Luxemburgissa, ja niiden laadintakieli on yleensä englanti, joskus tosin ranska. Suurin osa komission tiedotteista käännetään vain komission sisäisille työkielille, eli saksaksi ja ranskaksi (tai englanniksi, jos tiedote on alun perin laadittu ranskaksi). Osa tiedotteista käännetään työkielten lisäksi myös tietyille valikoiduille kielille, ja vain pieni osa tiedotteista

käännetään kaikille unionin virallisille kielille. Kaikki kieliversiot julkaistaan sähköisesti unionin Press Roomissa. (Young ym. 2008, 173–174.)

Vuosina 2000–2006 komissio julkaisi vuosittain 1500–2000 lehdistötiedotetta (Lindholm 2007, 137). Komission lehdistötiedotteiden kohdeyleisönä on ennen kaikkea Brysselissä toimiva akkreditoituneiden journalistien joukko (mts. 138), ja tämä Euroopan komission kirjeenvaihtajakunta onkin maailman suurin: toukokuussa 2007 akkreditoituja journalisteja oli lähes tuhat henkeä ja he tulivat 60 eri maasta (mts. 15, 36).

Lehdistötiedotteet tarjoavat komissiolle kanavan levittää näkemyksiään asioista ja omasta toiminnastaan (mts. 118). Komission lehdistötiedotteiden tehtävänä on paitsi informoida komission viimeisimmistä aloitteista ja toimista, myös korostaa eurooppalaisen yhteistyön kansalaisille tuomaa lisäarvoa. Maria Lindholmin mukaan lisäarvon korostamisen tärkeys mainitaan komission lehdistötiedotteiden laadintaa koskevissa sisäisissä ohjeissa, ja itse lehdistötiedotteissa eurooppalaisen yhteistyön edut ovat näkyvästi esillä. (mts. 178.) Näin Lindholmin mukaan lehdistötiedotteet itse asiassa oikeuttavat komission toimintaa: esittämällä itsensä voimakkaana ja päättäväisenä toimijana komissio voi vahvistaa omaa asemaansa poliittisena toimijana ja pitkällä tähtäimellä myös unionin asemaa (mts. 142).

Koska lehdistötiedotteiden kohdeyleisönä on erityisen heterogeeninen kirjeenvaihtajakunta, niitä ei soviteta eri lukijakuntien tarpeisiin (mts. 58). Komission uutisten muokkaamisesta kansallisille tiedotusvälineille ja paikallisille yleisöille sopivaan muotoon vastaavat kirjeenvaihtajat, jotka ovat tietyllä tavalla EU:n sisäpiiriläisiä (Young ym. 2008, 174). Komission lehdistötiedotteita ei kuitenkaan ole kirjoitettu erityisesti toimittajien tarpeita silmällä pitäen (vrt. luvun 5.1 ajatukset lehdistötiedotteiden metapragmatiikasta): vaikka komissio on 1990-luvulta lähtien pyrkinyt parantamaan lehdistötiedotteidensa laatua muun muassa alkamalla sijoittaa tiedotteen alkuun sen tärkeimmät asiat, tiedotteiden laatua kritisoidaan yhä (Lindholm 2007, 140). Vaikka tiedotteissa onkin havaittavissa selviä parannuksia, niiden sanavalinnat ovat usein liian teknisiä tai epätarkkoja, niissä esiintyviä komissaarien sitaatteja pidetään merkityksettöminä ja lehdistötiedotteiden käännosten – jos niitä ylipäätään on saatavilla – laatu ei aina vastaa monenkaan toimittajan odotuksia (Brüggemann ym. 2006, 18). Näistä puutteista huolimatta monet journalistit pitävät lehdistötiedotteita kuitenkin arvokkaina työvälineinä (Lindholm 2007, 141).

5.3. Edustustojen lokalisoitointoiminta

Osana Euroopan komission viestintästrategian uudistusta komission lehdistötiedotteita on ruvettu vuoden 2007 alusta räätälöimään tiettyjen yleisöjen tarpeisiin (Koskinen 2009, 102). Kussakin unionin jäsenmaassa sijaitsevaan komission edustustoon on lähetetty käännöstoimen pääosaston (DG Translation) kääntäjiä¹ toimimaan erityisinä ”kieliasiantuntijoina” (engl. *language officer*)². Nämä ”kieliasiantuntijat” muokkaavat komission lehdistötiedotteita ja lokalisoivat ne asemamaansa oloihin sopiviksi: lokalisoidut lehdistötiedotteet julkaistaan kyseisen maan kielellä tai kielillä ja ne ovat relevantteja maan kansalaisten kannalta. Tiedotteita lokalisoitaessa alkuperäistä tekstiä tiivistetään, EU-jargon poistetaan ja tiedotteisiin tuodaan mukaan paikallinen näkökulma. Lisäksi usein muutetaan asioiden esittämisjärjestystä tekstissä ja joskus jopa koko teksti kirjoitetaan täysin uudestaan, jotta oleellinen viesti välittyisi. (Young ym. 2008, 174.) Komission lehdistötiedotteiden lokalisoinnin lisäksi edustustojen ”kieliasiantuntijat” myös kääntävät EU-aiheista tiedotusmateriaalia, ylläpitävät Internet-sivuja ja tuottavat niille sisältöä, edistävät monikielisyyttä ja osallistuvat kieliaiheisiin konferensseihin, seminaareihin ja muihin tapahtumiin, pitävät yhteyttä kouluihin, yliopistoihin, julkishallintoon, kielijärjestöihin ja freelance-kääntäjiin sekä tarjoavat tietoa komission työpaikoista ja mahdollisuuksista freelance-käännösten tekemiseen sekä komission tarjoamista kääntäjäharjoittelupaikoista. (European Commission 2009a; Koskinen 2009, 103.)

Lehdistötiedotteiden lokalisoinnille on selkeästi tarvetta: Komission Helsingin edustuston vuonna 2007 teettämässä tutkimuksessa selvitettiin, kuinka hyödyllisinä suomalaisen median edustajat pitävät lokalisoitua lehdistötiedotteita. Vastaajista 84 prosenttia oli sitä mieltä, että lokalisoitu versio palveli alkuperäistä tiedotetta paremmin heidän tarpeitaan, sillä lokalisoitu tiedote oli alkuperäistä selkeämpi ja tiiviimpi sekä meni suoraan asiaan. Lokalisointi mahdollistaa myös tiedon saatavuuden ylipäättään, sillä komission Internet-sivustolta on hankalaa löytää tarvittavaa tietoa sivuston laajuuden tähden ja saatavilla on vain rajoitettu määrä tietoa suomeksi. Komission sivustolla ei myöskään ole tarpeeksi tietoa EU:n toimien paikallisista vaikutuksista. (Young ym. 2008, 175–176.)

¹ Käännöstoimen pääosaston edustajaa ei ole komission Alankomaiden, Belgian, Irlannin eikä Luxemburgin edustustoissa (European Commission 2009a).

² Suomen edustustossa työskentelevät käännöstoimen pääosaston kääntäjät eivät ole löytäneet englanninkieliselle virkanimikkeelleen *language officer* suomenkielistä vastinetta ja kutsuvat itseään sen vuoksi ”kääntäjiksi” (Koskinen 2009, 103, 107). Käytän itse tässä tutkielmassa termiä ”kieliasiantuntija”, sillä kyseiseen tehtävään kuuluu kääntämisen lisäksi runsaasti PR-toimintaa ja muita tehtäviä, jotka eivät tyypillisesti kuulu kääntäjien työnkuvaan. Pysin valinnallani erottamaan nämä kaksi asemaa selkeästi toisistaan.

5.4 Lehdistötiedotteiden lokalisointi käännöstieteen näkökulmasta

Euroopan komission lehdistötiedotteiden lokalisointi muistuttaa hyvin paljon tämän tutkielman luvussa 4.2.2 esiteltyjä Alberto Oregnon ajatuksia ulkomaan uutisten kääntämisestä italialaisissa sanomalehdissä, missä yhteydessä Oregnon mukaan termi *lokalisointi* oli käyttökelpoisempi kuin *kääntäminen*. Sekä lehdistötiedotteiden että kansainvälisten uutisten tapauksessa alkuperäinen teksti käytetään raakamateriaalina, josta muokataan juuri tietylle lukijakunnalle (lehdistötiedotteiden tapauksessa journalisteille ja uutisten tapauksessa lehtien lukijoille) sopiva sanoma. Kääntämisen osuus tässä toiminnassa on hankalasti määriteltävissä, mutta se on olennaista: vieraskielinen teksti ei tavoittaisi yleisöään, vaikka sitä olisi muuten muokattu.

Leena Salmi puolestaan pitää lehdistötiedotteiden lokalisointia EU-kääntämisen alalajina ja toteaa, että lehdistötiedotteiden lokalisointia voi pitää käännösstrategiana. Salmi näkee yhtäläisyyksiä perinteisen ICT-alalla tehdyn lokalisoinnin ja EU-tekstien lokalisoinnin välillä. Hänen mukaansa Euroopan unionia voidaan pitää eräänlaisena esimerkkinä internationalisoidusta eli kulttuurisesti mahdollisimman neutraalista ympäristöstä: Vaikka unionin toiminnassa on vaikutteita perustajajäsenten lainsäädännöstä, sillä on omat toimielimensä, jotka eivät suoraan vastaa yhdenkään jäsenvaltion toimielimiä. Kaikkien jäsenvaltioiden viralliset kielet on määritelty unionin virallisiksi kieliksi, ja ne ovat keskenään samanarvoisessa asemassa. (Salmi 2008, 59–60.; vrt. Koskinen 2000) Niin ikään EU-tekstien kääntämisellä on myös samoja piirteitä kuin ”perinteisellä” lokalisoinnilla, kääntämisen erikoisalalla: kummassakaan yhteydessä kääntäjän nimeä ei mainita, ja tekijänoikeus sekä lähtötekstiin että sen käännökseen on tekstin julkaisijalla. Lisäksi kummassakaan yhteydessä ei puhuta käännöstieteen termein lähdeteksteistä ja kohdeteksteistä tai käännöksistä, vaan kieliversioista (digitaaliset tuotteet) tai toisoinnoista (EU-kääntäminen). Kieliversioissa ja toisoinnoissa ei myöskään mainita, mikä on ollut niiden lähtökieli. (Salmi 2008, 60.)

Vaikka Salmi pitääkin lehdistötiedotteiden lokalisointia EU-kääntämisen alalajina, hänen ajattelutavassaan on silti ongelmansa, sillä eräissä suhteissa lehdistötiedotteiden tuottaminen eroaa merkittävästi perinteisemmistä EU-käännöksistä. Esimerkiksi voidaan mainita ajatus EU-käännöksistä toisintoina: Kun tietyssä maassa sijaitsevassa edustustossa muokataan vain sen kansalaisia koskettavia lehdistötiedotteita, kaikista tiedotteista ei ole olemassa versiota kaikilla virallisilla kielillä. Puuttuvien kieliversioiden vuoksi on hankalaa mieltää olemassa olevia lokalisoituja tekstejä toisoinnoiksi eli versioiksi samasta tekstistä. Toiseksi Alberto Oregnon

ajatuksia mukaillen on epäselvää, missä määrin lokalisoidut lehdistötiedotteet ovat käännöksiä, joissa lokalisointia on käytetty käännösstrategiana. Esimerkiksi Ison-Britannian ja Irlannin edustustot tekevät lokalisoituja versioita alun perin englanninkielisistä tiedotteista samoin kuin Saksan edustusto tekee lokalisoituja versioita sellaisista tiedotteista, joista on julkaistu RAPIDissa saksankielinen versio. Niin ikään RAPID julkaisee osan tiedotteista myös suomeksi, ja näistä suomenkielisistä tiedotteista on tehty Helsingin edustustossa suomenkielinen lokalisoitu versio. Esimerkiksi tässä tutkielmassa tarkasteltuja suomenkielisiä lokalisoituja tiedotteita on verrattu alkuperäisten tiedotteiden suomenkielisiin versioihin. Ainakin näissä tapauksissa lokalisointi voidaan käsittää pikemminkin toimitusstrategiaksi kuin Salmen ehdottamaksi käännösstrategiaksi.

Tässä yhteydessä on kuitenkin otettava huomioon kääntämisen käsitteen laajuus: Roman Jakobson on erottanut *intralingvaalisen* (kielensisäisen) kääntämisen *interlingvaalisesta* (varsinaisesta) *kääntämisestä*. Intralingvaalisessa kääntämisessä kielen verbaaliset merkit korvataan saman kielen toisilla merkeillä (esimerkiksi synonyymeillä tai kiertoilmaisilla), kun taas interlingvaalisessa kääntämisessä kielen merkit korvataan toisen kielen merkeillä. (Jakobson 1999 [1959], 114.) Näin ollen myös lokalisoidun lehdistötiedotteen tekemistä samalla kielellä kirjoitetusta alkuperäisestä lehdistötiedotteesta voidaan Jakobsonin määritelmän mukaan pitää kääntämisenä.

6 AINEISTOANALYYSI

6.1 Otos ja metodit

Tarkastelen tässä tutkielmassa Euroopan komission Britannian, Irlannin, Saksan ja Suomen edustustojen lokalisoimia versioita komission lehdistötiedotteista. Lokalisoinnilla tarkoitetaan tässä tutkielmassa aiemmin esitetyn määritelmän tapaan prosessia, jossa tuotteesta – tässä tapauksessa lehdistötiedotteesta – tehdään toisessa maassa, kulttuurissa ja kielessä toimiva (Salmi 2008, 56). Tarkasteltavat lehdistötiedotteet on päivätty ajanjaksolla 1.11.2008–31.10.2009, ja ne on julkaistu edustustojen omilla Internet-sivustoilla. Otokseni jakautui edustustoittain seuraavasti: Britannia 141 tiedotetta, Irlanti 234 tiedotetta, Saksa 701 tiedotetta ja Suomi 177 tiedotetta. Tässä analyysissä viitataan komission alkuperäisiin, RAPID-tietokannassa julkaistuihin lehdistötiedotteisiin sanoilla *alkuteksti*, *alkuperäinen tiedote* ja *alkuperäistiedote*. Edustustojen tekemistä versioista käytetään nimityksiä *lokalisoitu teksti*, *lokalisoitu tiedote*, *lokalisoitu versio* tai yhdistelmää maan nimi + sana *tiedote*. Tekstinäytteiden yhteydessä alkutekstistä käytetään lyhennettä A ja lokalisoidusta tekstistä lyhennettä L.

Tutkittavien edustustojen valitseminen oli suhteellisen yksinkertaista. Suomen, Britannian ja Irlannin edustustojen lehdistötiedotteet olivat englannin käännöstieteen opiskelijalle luontevat tutkimuskohteet. Halusin kuitenkin mukaan myös kolmannen kielialueen vertailupohjan laajentamiseksi ja tein valinnan ranskan-, saksan- ja espanjankielisten tiedotteiden välillä. Tämän rajauksen määritti oikeastaan oma kielitaitoni; tunsin, että Euroopan unionin virallisista kielistä osaan tarpeeksi hyvin edellä mainittuja kieliä ja että myös näiden kielialueiden kulttuurit ovat minulle tarpeeksi tuttuja, jotta voin arvioida lokalisoituja tiedotteita myös kulttuurin näkökulmasta. Alun perin aion tutkia ranskankielisiä tiedotteita, mutta havaitsin pian, että Ranskan, Belgian ja Luxemburgin edustustot julkaisevat sivuillaan vain komission alkuperäisiä tiedotteita tai linkittävät suoraan komission sähköiseen Press Room -palveluun. Muista potentiaalisista tutkimusedustustoista Espanjan edustustokaan ei julkaissut itse tekemiään tiedotteita vaan tarjosi linkkejä komission alkuperäisiin tiedotteisiin. Saksan edustustolla taas oli sivuillaan runsaasti lokalisoituja tiedotteita, ja valinta oli näin helppo tehdä.

Muut saksankielisiä tiedotteita julkaisevat edustustot rajautuivat tästä tutkimuksesta pois: Itävallan edustusto oli julkaissut sivuillaan vain suhteellisen vähäisen määrän lokalisoituja tiedotteita, ja

toisaalta Saksan edustuston julkaisemien tiedotteiden suuri määrä tarjosi tarpeeksi tutkittavaa. Belgian edustusto – kuten edellä todettiin – taas ei julkaise lainkaan lokalisoituja tiedotteita. Englanninkielisiä tiedotteita julkaisevat Kypros ja Malta jäivät tutkimuksesta pois samankaltaisista syistä: Maltan edustustolla oli vain vähäinen määrä lokalisoituja tiedotteita sivuillaan, ja vaikka Kyproksen sivuilla olikin tutkimusta varten riittävä määrä lehdistötiedotteita, tunsin, että kaksi englanninkielistä maata riittää tämän tutkimuksen tarpeisiin, ja päädyin itselleni tutumpiin maihin.

Vaikka en tehnytkään valintaa tietoisesti, tutkimukseni kohteiksi päätyneet maat ovat hyvin erilaisissa asemissa suhteessa Euroopan unioniin. Mukana on yksi positiivisesti EU:hun suhtautuva suuri maa (Saksa), yksi negatiivisesti suhtautuva suuri maa (Britannia), yksi positiivisesti suhtautuva pieni maa (Irlanti) ja yksi neutraalisti suhtautuva pieni maa (Suomi)¹. Uskonkin, että tämä lähtökohta näkyy myös analyysini tuloksissa.

Pitkähköön vuoden tarkastelujaksoon päädyin siitä syystä, että pyrin saamaan tarkasteltavakseni edustavan otoksen lehdistötiedotteita myös Britannian edustustolta, joka on julkaissut niitä vähiten. Toisaalta pidempi tarkasteluväli olisi todennäköisesti aiheuttanut ongelmia Saksan edustuston julkaisemien tiedotteiden suuren lukumäärän vuoksi. Mahdollisuuksia vielä pidempään tarkasteluväliin olisi toki ollut, sillä komission edustustojen tekemiä lokalisoituja lehdistötiedotteita on luettavissa Britannian edustuston Internet-sivuilla helmikuusta 2005 alkaen, Suomen edustuston sivuilta kesäkuusta 2005, Irlannin edustuston sivuilta huhtikuusta 2006 ja Saksan edustuston lokakuusta 2006 asti (tilanne 27.10.2009). On kuitenkin huomioitava, että lehdistötiedotteita laativien ”kieliasiantuntijoiden” toimenkuva on ollut nykyisen kaltainen vasta tammikuun 2007 alusta lähtien (Koskinen 2009, 102), joten sitä aiemmat, toisilla laadintaperiaatteilla tehdyt tiedotteet olisivat vääristäneet tutkimusaineistoa. Päädyin valitsemaan tutkimukseeni mahdollisimman uusia lehdistötiedotteita, jotta saisin kuvan edustuston lokalisointitoiminnasta sellaisessa vaiheessa, jossa se on jo ehtinyt vakiintua eikä lokalisoijien kokemattomuus tuo tutkimukseen ylimääräistä muuttujaa.

¹ Tein jaotteluni syyskuussa 2009 julkaistun Eurobarometri-tutkimuksen tulosten mukaan. Tutkimuksessa maansa jäsenyyttä Euroopan unionissa piti hyvänä 69 % irlantilaisista, 61 % saksalaisista, 52 % suomalaisista ja 28 % briteistä. Irlannin luku oli Euroopan neljänneksi korkein Luxemburgin (79 %), Alankomaiden (72 %) ja Espanjan (71 %) jälkeen. Britannian luku taas oli Euroopan toiseksi alhaisin, sen taakse jäi vain Latvia (25 %). EU:n keskiarvo oli 53 %. (European Commission 2009b.)

Tarkastelen tutkielmassani komission edustustojen lehdistötiedotteiden lokalisointitoimintaa kahdesta eri näkökulmasta: yksittäisten lehdistötiedotteiden lisäksi tarkasteltavana oli myös kunkin edustuston lokalisointitoiminta laajempaan ilmiönä. Laajemman ilmiön tarkastelun tehtävä tässä tutkielmassa on vain tarjota laajempi näkökulma lokalisointitoimintaan kuin yksittäisiä tiedotteita tarkastelemalla voisi saada. Taustatutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, kuinka aktiivisesti edustustot tuottavat tiedotteita ja minkä tyyliä lokalisoidut tiedotteet ovat – kuinka paljon niissä esiintyy lukijoille tuttuja ja vieraita elementtejä ja mitä kielellisiä keinoja on käytetty tekemään tiedotteista lukijoille tutun tuntuisia. Alun perin tarkoituksena oli tarkastella myös aihepiirien lokalisointia, mutta huomasin pian, että tutkimus oli hankala toteuttaa, sillä tiedotteita ei voinut selkein perustein jakaa aihepiireihin: monet tiedotteet edustivat useampaa kuin yhtä aihepiiriä ja toisaalta aihepiirin määrittelyminen yksiselitteisesti tiettyjen kriteerien mukaan ei aina onnistunut tarpeeksi luotettavasti. Päädyinkin lopulta jättämään aihepiirien tarkastelun pois tutkimuksesta.

Taustatutkimus on toteutettu tarkastelemalla lokalisoitujen lehdistötiedotteiden otsikoita. Otsikot valikoituivat tarkastelun kohteeksi, sillä otsikkohan on eräänlainen ikkuna tekstiin: se tiivistää tekstin sisällön, antaa viitteitä tekstin tyylistä ja käytetystä kielen rekisteristä sekä houkuttelee lukijoita. Jotta lukija päättäisi lukea otsikon lisäksi koko tekstin, otsikossa ei saa olla ainakaan liikaa vieraannuttavia ja siten luotaantyöntäviä elementtejä¹. Ottaen huomioon sen, että lehdistötiedotteet on aina suunnattu kahdelle kohdeyleisölle, tiedotusvälineille ja niiden yleisölle (ks. luku 5.1) ja että toimittajat mieltävät EU-uutisoinnin seuraajat varsin valikoituneeksi, korkeasti koulutetuksi ryhmäksi (ks. luku 3.3), tarkastelin lehdistötiedotteiden lokalisointia korkeasti koulutetun ja yhteiskunnallisista asioista kiinnostuneen kohdeyleisön näkökulmasta.

Otsikoiden tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena analyysinä. Otsikoista tutkittiin niissä esiintyviä tiettyjä asiasanoja, jotta saataisiin yleiskuva siitä, kuinka paljon otsikoissa on kotouttavia ja vieraannuttavia elementtejä. Analyysissä lokalisoitujen tiedotteiden otsikot luokiteltiin erilaisten asia- ja avainsanojen perusteella siten, että otsikoista poimittiin ne, joissa oli EU:hun selvästi liittyvä ja yleisesti tunnistettava ”perusavainsana” (esimerkiksi *EU*, *Eurooppa*, *eurooppalainen*, *komissio* ja *komissaari*) ja toisaalta ne, jotka sisälsivät edustuston sijaintimaahan ja sen kulttuuriin liittyvän asiasanan tai ilmaisun (esimerkiksi maan nimi, kansallisuus, paikkakunta ja paikallinen ilmiö). Jos otsikossa oli sekä ”perusavainsana” että sijaintimaahan liittyvä asiasana, otsikko

¹ Tässä yhteydessä on myös otettava huomioon, että Britannian, Saksan ja Suomen edustustojen sivuilla lehdistötiedotteet on julkaistu listana, jossa on näkyvissä vain tiedotteiden otsikot. Pelkän otsikon on siis kyettävä houkuttelemaan lukija klikkaamaan auki koko tiedote. Irlannin tapauksessa lehdistötiedotteiden otsikot on kerätty sivun ylälaitaan, ja itse tiedotteet löytyvät sivua vierittämällä tai nopeammin klikkaamalla haluttua otsikkoa.

sijoitettiin omaan kategoriaansa. Otsikoista eroteltiin myös ”neutraalit” otsikot, joissa ei ollut minkäänlaisia avainsanoja, sekä ne otsikot, joissa oli sellainen Euroopan unioniin liittyvä asiasana, jonka merkitystä ei pysty pääättelemään pelkän asiasanan tai sen kontekstin pohjalta ja joilla on otsikkoon ilmiselvästi vieraannuttava vaikutus (esimerkiksi erilaisten EU-hankkeiden nimet). Analyysissa huomioitiin vain asiasanojen luokat, ei niiden lukumäärää, joten esimerkiksi otsikko *Komissio uudistaa turvapaikkamenettelyjä EU:ssa* on luokiteltu yhdeksi EU:hun liittyväksi asiasanaksi, vaikka otsikossa onkin kaksi asiasanaa. Analyysin tulokset on kvantitatiiviselle tutkimukselle tyypilliseen tapaan esitetty taulukkona. Kustakin luokittelukategoriasta on ilmoitettu siihen kuuluvien tiedotteiden lukumäärä ja prosenttiosuus kaikista tiedotteista.

Taustoittavan tutkimuksen jälkeen tehtiin varsinainen tutkimus, jonka tarkoituksena oli antaa yksityiskohtainen kuva lokalisointitoiminnasta. Tämä osa tutkimuksesta toteutettiin tekstianalyysina: tutkimusaineistosta valittiin muutama yksittäinen tiedote, josta kaikki edustustot olivat tehneet oman versionsa, ja näitä lokalisoituja versioita verrattiin alkuperäisiin tiedotteisiin sekä toisiinsa. Tarkoituksena oli selvittää, miten eri edustustot ovat lokalisoineet saman tiedotteen.

Tarkasteltavat tiedotteet valittiin sillä perusteella, että ne olivat lokalisoituja versioita samasta alkuperäistiedotteesta. Määrittelyyn käytettiin julkaisupäivää ja tiedotteen otsikkoa – julkaisupäivän tuli olla kaikissa neljässä lokalisoidussa tiedotteessa sama tai mahtua parin päivän vaihteluvälille, ja otsikon tuli olla samantapainen kaikkien neljän tiedotteen osalta. Vaikka neljän samasta alkuperäistiedotteesta lokalisoidun version löytäminen olikin näillä kriteereillä yllättävän hankalaa, tarkasteltavat tiedotteet on pyritty valitsemaan niin, että ne edustavat unionin eri politiikka-aloja. Tarkasteltaviksi valittiin Erasmus-vaihto-ohjelmasta kertova tiedote (”Erasmus-tiedote”; julkaistu 29./30./31.7.2009), uimavesien puhtautta käsittelevä tiedote (”uimavesitiedote”; julkaistu 11.6.2009), Eurobarometri-kyselyyn perustuva tiedote eurooppalaisesta hätänumerosta (”hätänumerotiedote”; julkaistu 10./11.2.2009), kännykkälaturien yhtenäistämistä kertova tiedote (”laturitiedote”; julkaistu 29.6./1.7.2009) ja tiedote komission myöntämästä tuesta pankeille (”pankkitutkitiedote”; julkaistu 23./24.7.2009).

Tutkimuksessa lokalisoituja tiedotteita verrattiin alkuperäisiin tiedotteisiin niin, että Suomen edustuston lokalisoimaa tiedotetta verrattiin alkuperäistiedotteen suomenkieliseen versioon, molempia englanninkielisiä lokalisoituja tiedotteita englanninkieliseen alkuperäistiedotteeseen ja Saksan edustuston lokalisoimaa tiedotetta saksankieliseen alkuperäistiedotteeseen. Lokalisoituista tiedotteista on analysoitu alkutekstistä poikkeavia kohtia eli lisäyksiä, poistoja, korvauksia ja

esitysjärjestyksen muutoksia. Analyysi koski sisällöllisiä, kielellisiä ja tyyllisiä seikkoja. Koska lokalisoituneet tiedotteet eroavat toisistaan huomattavasti sisällöltään ja muodoltaan, jokaista tekstiä on tarkasteltu suhteessa alkutekstiinsä, ja sen vuoksi tutkielmassa ei ole yhtenäistä tarkastelumallia kaikille tiedotteille. Esimerkiksi suurin osa tiedotteista sisältää vain tekstiä, mutta joihinkin tiedotteisiin on lisätty tekstin aiheeseen jollakin tavalla liittyvä valokuva. Niissä tapauksissa, joissa tiedotteessa on valokuva, se on mainittu tiedotteen perustietojen, nimen ja päiväyksen, yhteydessä ja kuvaa ja sen yhteyttä tiedotteeseen on kuvailtu lyhyesti. Lokalisoitujen tiedotteiden välisiä yhtäläisyyksiä ja eroja on osoitettu ja kommentoitu harkiten, joten samasta alkutekstistä tehtyjen lokalisoitujen versioiden välisistä eroista ja yhtäläisyyksistä suurin osa selviää vain vertaamalla tarkkoja tekstikuvauksia toisiinsa.

Tutkielman aineistoanalyysia laadittaessa on tehty joitakin valintoja tilanpuutteen vuoksi. Ensinnäkin on oletettu, että lukijalla on perustiedot saksan kielestä ja että hän kykenee lukemaan tutkielmassa esiintyviä saksankielisiä esimerkkejä. Joissakin kohdin tekstiä yksittäisiä saksankielisiä sanoja on suomennettu, mutta pääasiassa tekstissä selitetään vain saksankielisen esimerkin konteksti ja itse esimerkki on saksaksi. Toiseksi on huomattava, että tässä tutkielmassa on tarkasteltu nimenomaan lokalisoituja tiedotteita ja pyritty selvittämään, millä keinoin lehdistötiedotteita on lokalisoitu ja millaisia lopputuotteita on tullut, ja komission alkuperäisten tiedotteiden muotoa ja sisältöä ei ole kuvattu kokonaisuudessaan. Kuvauksen puuttuminen johtuu osittain jo mainitusta tilanpuutteesta ja osittain siitä, että kuvaus ei välttämättä tarjoaisi lukijalle suurta lisäarvoa. Tarkastellut tiedotteet – sekä komission alkuperäiset tiedotteet että edustustojen lokalisoimat versiot – ovat tarvittaessa luettavissa Internetissä (ks. lähdeluettelo).

Samoin selvästi lokalisoituista tiedotteista on tarkasteltu, kuinka hyvin ne noudattavat ”käänteisen pyramidin” periaatetta, ja samalla on annettu pääpiirteittäin kuvaus tiedotteen sisällöstä. Jos taas lokalisoituneen tiedotteen rakenne ja sisältö on käytännöllisesti katsottuna kokonaan tai osittain sama kuin alkuperäisessä komission tiedotteessa, ”käänteisen pyramidin” rakenteen toteutumista ei ole arvioitu niistä kohdista, jotka on otettu suoraan tai lähes suoraan alkutekstistä. Alkutekstin rakennetta ja sisältöä ei ole lähdetty kuvailemaan vaan on vain todettu tekstien samankaltaisuus, koska tutkimus keskittyy lokalisoitumiseen eikä esimerkiksi tekstien välinen ekvivalenssin tarkasteluun.

Kuten luvussa 4 olen esittänyt, lokalisoitumisen tarkoituksena on tuottaa teksti (oli kyseessä sitten kännykän käyttöliittymä, tietokonepeli, uutinen, kansainvälisen lehden maakohtainen versio

tai jokin aivan muu teksti), joka toimii kohdekulttuurissa kuten alkuteksti omassa kulttuurissaan. Halusin luonnollisesti tarkastella tiedotteista myös tätä puolta, joten vertailin sekä yksittäisiä lokalisoituja tiedotteita että otsikkokorpusta Geert Jacobsin esittämiin ajatuksiin lehdistötiedotteiden metapragmatiikasta (ks. luku 5.1): miten lokalisoidut lehdistötiedotteet noudattelevat paikallisten medioiden, lähinnä sanomalehtien, tyyliä – komissio on tosin niin merkittävä toimija, ettei sen tarvitse kamppailla yritysten tavoin julkisuuteen pääsystä, vaikka tiedotusvälineet kokevatkin EU-uutisoinnin hankalaksi (ks. luku 3.3) – ja miten niissä näkyy positiivisen julkisuuskuvan luominen. Julkisuuskuvan luomiseen liittyvät taas Maria Lindholmin ajatukset, joiden mukaan alkuperäisten komission lehdistötiedotteiden tarkoituksena on paitsi informoida komission viimeisimmistä aloitteista ja toimista myös korostaa eurooppalaisen yhteistyön kansalaisille tuomaa lisäarvoa (ks. luku 5.2). Oletan, että tämä lisäarvoajatus näkyy myös lokalisoiduissa tiedotteissa, sillä lokalisoinnin tarkoituksenaahan on välittää lähettäjän viesti mahdollisimman tarkoituksenmukaisella tavalla toisen kieli- ja kulttuurialueen asukkaille.

6.2. Lehdistötiedotteiden otsikot

6.2.1 Asiasana-analyysi

Asiasana-analyysissä lokalisoitujen tiedotteiden otsikot jaoteltiin niissä esiintyvien asiasanojen mukaan seuraaviin kategorioihin: *EU:hun liittyvä avainsana* (esimerkiksi *EU*, *eurooppalainen*, *komissio* ja *komissaari*), *kansallinen asiasana* (maan nimi, paikkakunta, maassa tuttu tuote tai ilmiö), *sekä EU:hun liittyvä avainsana että kansallinen asiasana*, *”neutraali” otsikko* ja *muu EU:hun liittyvä asiasana*. Myös näiden ryhmien erilaiset yhdistelmät huomioitiin luokittelussa.

Muutamassa tapauksessa asiasanojen luokittelu oli melko subjektiivista, ja toinen luokittelija olisi voinut päätyä erilaisiin ratkaisuihin. Tämän vuoksi liitteessä 1 on esitelty tarkemmin otsikkokorpuksessa esiintyneet EU-avainsanat, kansalliset asiasanat ja muut EU:hun liittyvät asiasanat sekä kerrottu niiden esiintymismäärät. En kuitenkaan usko, että omat ratkaisuni ovat vääristäneet tarkastelemani ilmiön kokonaiskuvaa, sillä epäselväksi luokiteltavia kohtia oli melko vähän.

On kuitenkin todettava, että EU-avainsanojen ja muiden EU:hun liittyvien asiasanojen välinen jako on paikoin subjektiivinen ja että luokittelu on tehty lokalisoinnin näkökulmasta, eli kuinka tuttuja ja ymmärrettäviä otsikot teksteinä ovat kohdeyleisölleen. Näiden kategorioiden osalta jaottelu on tehty

siltä pohjalta, tunnistaako otsikon lukija välittömästi, että kyseessä on eurooppalainen toimija, hanke, projekti, tapahtuma tms. vai ei. Esimerkiksi sanan *eurooppalainen* suuri määrä tutkimuksessa aineistossa selittyy sillä, että siihen on luokiteltu esimerkiksi ilmaisut *European Day of Languages*, *European Health Insurance Card* ja *Europäische Nacht der Forschung*, koska niistä näkee välittömästi, että kyseessä on eurooppalainen (ja näin ollen hyvin todennäköisesti EU:n aikaansaama) asia. Sen sijaan EU:n ehkäpä tunnetuimpiin hankkeisiin viittaava *Erasmus-opiskelijat* on luokiteltu ”muuksi asiasanaksi”, sillä siitä ei tekstin perusteella näe välittömästi, että kyseessä on EU-hanke. EU:hun liittyvistä sanoista *euro* on taas jätetty luokittelusta tarkoituksellisesti pois: vaikka suomalaisen tiedotteen otsikossa *EU-jäsenyyden kannatus on Suomessa lisääntynyt, euron hyödyt tunnustetaan* rahayksikkö näyttäisi olevan unioniin liittyvä avainsana, muissa tiedotteissa euro esiintyy rahasummien yhteydessä eikä näin ollen ole enää tiukkaa EU-sidosta – jäsenvaltion rahayksikkö viittaa mielestäni enemmän kansalliseen elementtiin kuin unioniin. Sen sijaan Irlannin tiedotteissa *Euro* esiintyy attribuuttina (*Euro events*, *Euro cow tax*, *Euro Cartoon Competition*), ja se on määritelty EU-avainsanaksi. Saksalaisten tiedotteiden *Euroraum* ('euroalue') on niin ikään luokiteltu EU-avainsanaksi.

Toisaalta myös kansallisen asiasanan ja EU-asiasanan välinen ero saattoi olla veteen piirretty viiva, kuten päätettäessä, onko Helsingissä sijaitseva Eurooppatalo [sic] enemmän kansallinen vai unioniin liittyvä asia. Kun sanasta näkyy selvästi Eurooppa-yhteys, se päädyttiin luokittelemaan EU-avainsanoihin. Myös komissaarit on kansallisuudesta riippumatta luokiteltu johdonmukaisesti EU-avainsanaksi. Näin vaikkapa Olli Rehn ei ollut suomalainen asiasana. Lisäksi päädyin luokittelemaan kansallisiksi asiasanoiksi vain sellaiset ilmaisut, jotka eivät ole liian spesifejä kansalaisten tunnistettaviksi. Suomeen liittyviin asiasanoihin ei näin ollen laskettu Lappeenrannassa järjestettyä NORDI-seminaaria, sillä suuren yleisön ei voida olettaa tietävän, että NORDI on Lappeenrannan teknillisen yliopiston tutkimusyksikkö. Asiasanoiksi on sen sijaan luokiteltu suomalaisessa mediassa esillä olleet Talviareena- ja Päämajan kesäsymposium -tapahtumat.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että Britannian, Irlannin ja Suomen edustustojen tekemistä tiedotteista suurin osa kuului kategoriaan *EU:hun liittyvä avainsana* (ks. taulukko 1 sivulla 50). Britannian ja Irlannin kaikista tiedotteista noin puolet kuului tähän ryhmään ja Suomen tiedotteista noin 60 prosenttia. Tulos ei ole yllättävä ottaen huomioon, että kyseessä on EU:n komission omaa toimintaa ja laajemmin koko unionin toimintaa käsittelevät tiedotteet, jotka nimenomaan on muokattu kansallisia tiedotusvälineitä ja sitä kautta niitä seuraavia kansalaisia varten (ks. luku 5.3). Kuten aiemmin on esitetty, lehdistötiedotteiden tehtävänä on edistää niitä julkaisevan organisaation

päämäärien edistäminen ja luoda mahdollisimman positiivista julkisuuskuvaava organisaatiosta (ks. luku 5.1). Aiemmin tässä tutkielmassa on myös todettu, että komission alkuperäiset tiedotteet – joiden muunnelmia tai versioita nyt tutkittavat lokalisoidut tiedotteet ovat – ovat komissiolle keino oikeuttaa oma toimintansa (ks. luku 5.2). Yllättävää sen sijaan on se, että Saksan edustuston tekemistä tiedotteista noin puolet oli ”neutraaleja” otsikkoja, eli niissä ei ollut yhtäkään EU:hun liittyvää tai kansallisesti merkittävää asiasanaa.

Toiseksi eniten sekä brittiläisiä että irlantilaisia tiedotteita kuului ryhmään *Sekä EU-avainsana että kansallinen asiasana*. Noin neljäsosa Irlannin edustuston sekä viidesosa Britannian edustuston tiedotteista kuului tähän kategoriaan. Molempien edustustojen tiedotteista noin 10 prosentissa oli ”neutraaliksi” luokiteltava otsikko, ja neljänneksi eniten tiedotteita oli molempien edustustojen tapauksessa ryhmässä *Kansallinen asiasana*. Tämän jälkeen tulivat ryhmä *Muu EU:hun liittyvä asiasana* sekä muut asiasanayhdistelmät.

Suomen edustuston tiedotteista toiseksi eniten kuului ryhmään ”neutraalit” otsikot, ja lähes yhtä moni tiedote oli yhdistelmä *Sekä EU-avainsana että kansallinen asiasana*. Molempia tiedotteita oli reilu 10 prosenttia kaikista tiedotteista. Näiden ryhmien jälkeen kategorioihin *Kansallinen asiasana* ja *Muu EU:hun liittyvä asiasana* kuului molempiin viisi prosenttia tiedotteista. Muita asiasanayhdistelmiä ei käytännössä ollut suomalaisessa tutkimusaineistossa, sillä vain yksi tiedote luokiteltiin näihin kategorioihin.

Saksan edustuston tiedotteiden luokittelu poikkesi huomattavasti muista edustustoista, sillä ”neutraalien” otsikkojen jälkeen toiseksi eniten tiedotteita kuului ryhmään *EU:hun liittyvä avainsana*. Tämän ryhmän tiedotteita oli noin neljäsosa kaikista saksalaisista tiedotteista. Kolmanneksi eniten tiedotteita kuului ryhmään *Kansallinen asiasana*, joita oli reilu kymmenen prosenttia kaikista tiedotteista. Vajaa kymmenen prosenttia tiedotteista luokiteltiin kategoriaan *Muu EU:hun liittyvä asiasana*. Muiden edustustojen kohdalla varsin merkittävään tiedoteryhmään *Sekä EU-avainsana että kansallinen asiasana* kuului saksalaisista tiedotteista vain muutama prosentti. Lisäksi mukana oli muutama tiedote, jotka edustivat muita asiasanayhdistelmiä.

On kuitenkin huomattava, että tässä tapauksessa oli kyseessä analyysi selvästi EU:hun liittyvistä ja selvästi kansallisista asiasanoista. Näin jaottelussa ei ole otettu huomioon otsikoissa silloin tällöin vilahdelleita EU-jargoniin kuuluvia ilmauksia, jotka eivät kuitenkaan yksiselitteisesti liity vain

	Britannia		Irlanti		Saksa		Suomi	
	lkm	%	lkm	%	lkm	%	lkm	%
EU:hun liittyvä avainsana	75	53	108	46	190	27	111	63
Kansallinen asiasana	10	7	13	6	80	11	8	5
Sekä EU-avainsana että kansallinen asiasana	28	20	64	27	18	3	24	14
Ei avain- eikä asiasanoja, ”neutraali” otsikko	12	9	26	11	344	49	25	14
Muu EU:hun liittyvä asiasana	5	4	9	4	63	9	8	5
Kansallinen asiasana ja muu EU:hun liittyvä asiasana	2	1	4	2	2	<1	–	
EU:hun liittyvä avainsana ja muu EU:hun liittyvä asiasana	6	4	7	3	4	1	1	1
Kansallinen asiasana, EU:hun liittyvä avainsana ja muu EU:hun liittyvä asiasana	3	2	3	1	–		–	
	141	100	234	100	701	100	177	100

Taulukko 1 Tiedotteissa esiintyvät asiasanat

EU:hun. Myös neutraaleiksi luokitelluissa otsikoissa oli viitteitä EU:lle tyypillisestä kielenkäytöstä. Eniten EU-jargonia näytti esiintyvän Saksan edustuston tiedotteissa, joissa esiintyi sellaisia sanojakuten *einheitlich* ('yhtenäinen'), *uneinheitlich* ('epäyhtenäinen'), *gemeinsam* ('yhteinen'), *Verfahren* ('menettely'), *Leitlinien* 'suuntaviivat'), *Rahmen* ('kehykset, puitteet') ja *integrierte Meerespolitik* ('integroitu meripolitiikka'). Tällaisten sanojen myötä saksalaiset tiedotteet olivatkin selvästi muita tiedotteita kauempana lukijoistaan: esimerkiksi sanoja *einheitlich* ja *gemeinsam* käytettiin sellaisissa yhteyksissä, jossa muut tiedotteet puhuivat Euroopasta ja eurooppalaisesta. Suomen edustuston tiedotteiden otsikoissa esiintyi seuraavia EU-tyylisiksi luokiteltavia ilmauksia: *turvapaikka-menettelyt*, *rakennemuutostuki*, *eurooppalainen kumppanuus*, *vientitakuujärjestelmä*, *ilmailun turvatoimimaksut*, *turvapaikka-asioiden tukivirasto*, *telesäätely* ja *valtioneuvoston kohdentaminen*. Britannian ja Irlannin tiedotteet taas näyttivät sisältävän vähiten EU-tyylistä

kielenkäyttöä: Britannian tiedotteissa käytettyjä ilmauksia olivat *restructuring package*, *Post-Doha trade policy*, *energy efficiency*, *guidelines on restructuring aid to banks* ja *effective and competitive energy market*. ja Irlannin tiedotteissa käytettyjä *integrated maritime policy*, *reach renewable energy targets*, *guidelines on aid to banks* ja *energy efficiency*.

6.2.2 Muut havainnot otsikkojen lokalisoinnista

Tiettyjen asiasanojen käyttämisen lisäksi tutkimuksessa löytyi myös muita tapoja mukauttaa otsikoita paikallisyleisöille ja välittää unionin viesti kansalaisille näille sopivimmassa muodossa. Lokalisoitujen lehdistötiedotteiden otsikot tukivat Geert Jacobsin väitettä siitä, että lehdistötiedotteen laatijat muotoilevat tiedotteet muistuttamaan sanomalehtityyliä (ks. luku 5.1), vaikka Euroopan komissio onkin niin merkittävä toimija, ettei sen tarvitse taistella julkisuuteen pääsystä.

Britannian edustuston tiedotteiden otsikot olivat hyvin samantyyllisiä kuin brittiläisten sanomalehtien otsikot: kielenkäytölle oli tyypillistä värikkyyttä ja kuvailevuutta, ja otsikoissa käytettiinkin brittiläisten sanomalehtien tapaan idiomaattisia ilmaisuja ja kielikuvia (*Cutting red tape: Commission delivers on promise*; *EU roaming legislation clears final hurdle*; *South Yorkshire paves way for broadband motorway*; *”It is time for Europe to turn over a new e-leaf on digital books and copyright”* ja *Europe’s telecoms sector weathers the economic storm, development held back*), sanaleikkejä (*Small chips with big potential: new EU recommendations make sure 21st century bar codes respect privacy* ja *EU Budget – stable funding in unstable times*) sekä puhekielimäisyyksiä (*EGNOS – free help towards better sat nav services*; *New EU building in London goes green*; *EPSO gets smarter and more user-friendly* ja *CAP simplification: Commission well on the way to meet target and reduce admin burden in agriculture by 25 percent by 2012*). Tutkimusaineistossa oli myös yksi esimerkki lukijan suorasta puhuttelusta (*European Health Insurance Card – don't go on holiday without it!*).

Irlannin edustuston tiedotteiden otsikoissa oli samankaltaisia piirteitä kuin brittiläisissä. Vaikka otsikkojen kieli ei ehkä ollut aivan yhtä värikästä kuin naapurimaan tiedotteissa, irlantilaisistakin otsikoista löytyi sanaleikkejä (*Fishing for new ideas on future EU fisheries policy – Your chance to have your say*; *EU Commission dismisses fishy tale* [tiedotteessa kyse kalastuspolitiikasta] ja *EU trade ban on cat and dog fur – A close shave*) ja intertekstuaalisia viittauksia (*Fish farms are good for you, says the EU* [muunnelma Guinness-oluen sloganista *”Guinness is good for you”*]; *Tough*

forecast for EU economy in 2009 but set to stabilise next year; Limerick student definitely not lost in translation [viittaus samannimiseen elokuvaan] ja *Lights, camera, action!* – *New funding programme for European cinema*). Lisäksi Irlannin tiedotteissa esiintyi tuttavallista tyyliä, mutta toisin kuin Britannian tiedotteissa, tämä tuttavallisuus oli luotu pääasiassa puhuttelemalla lukijaa suoraan (*Finally your degree, certificate or diploma will be recognised across Europe; What's stopping young people from studying abroad? What do you think?; Come on in - the water's lovely!; "Hi, I'm on the plane"* : *one year since mobile phones allowed in EU air space; Reduce your energy costs with new EU web-site; Easy for you to open a bank account? EU wants to hear your views* ja *Making your baby's first steps the safest - EU Commission introduces new rules on baby walkers*). Irlannin tiedotteissa esiintyikin tutkituista edustustoista huomattavasti eniten suoraa puhuttelua.

Saksan edustuston tiedotteiden otsikot olivat tyyliltään englanninkielisiä otsikoita huomattavasti neutraalimpia. Otsikot noudattivat saksalaista tyyliä, joka on pääasiassa neutraalin toteava (*Europas Lampen werden umweltfreundlicher; Fangquoten für die Ostsee erhöht; Gleiche Besteuerung von Pensionsfonds angemahnt; Hilfe für Unternehmen in der Krise; Unterstützung für die Milchbauern; Probleme beim grenzüberschreitenden Online-Shopping; Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Wirtschaft ausbauen ja Haibestände schützen*), mutta johon toisaalta tuodaan värikkyyttä ja kuvannollisuutta metaforien ja sanontojen käytöllä (*Weg frei für den einheitlichen europäischen Mautdienst; Schlüsseltechnologien ebnen den Weg in die Zukunft; "Online-Händler für Unterhaltungselektronik ziehen Verbraucher über den Tisch"; Grünes Licht für energieeffiziente Fahrzeuge; EU Weltpitze bei Breitband-Internet; Kampf gegen Drogenmissbrauch ja Digitales Fernsehen auf dem Vormarsch*). Mukaan mahtui myös muutama satunnainen esimerkki kielellisestä leikkittelystä (*Alles sonnenklar beim Sonnenschutz; Sicherer Schlaf für Säuglinge ja Kein Kontrolleur am Karpfenteich*). Tutkimusaineistosta ei sen sijaan löytynyt esimerkkejä lukijan suorasta puhuttelusta.

Suomalaiset sanomalehtiotsikot taas muistuttavat erittäin paljon saksalaisia, ja niinpä Suomen edustuston tiedotteiden otsikot muistuttivat tyyliltään Saksan edustuston tiedotteiden otsikoita. Suomalaistenkin tiedotteiden otsikoinnissa oli pääasiassa pyritty neutraaliin ja asialliseen tyyliin (*Komissiolta 34 miljoonaa euroa merentutkimushankkeisiin; Medialukutaitoa kaikille; EU:n terveysturvakomitea antoi lausuntoja H1N1-pandemiasta; EU:n puheenjohtajuus siirtyy Ruotsille heinäkuun alussa; EU:n nimisuoja Lapin poron lihalle; Kieltenopetusta EU:ssa yhä nuoremmille; Työntekijöiden liikkuminen hyväksi EU:n taloudelle ja Euroopan nuorisoviikkoa vietetään neljättä*

kertaa), mutta mukana oli kuitenkin Saksaa enemmän värikkäitäkin ilmaisuja ja metaforia (*Digitv:n vapauttamat radioaallot elvyttämään EU:n taloutta; Talouden väliennuste povaa taantuman taittumista vuoden loppuun mennessä; Taloushuolet pinnalla* syksyn 2008 Eurobarometri-tutkimuksessa; *Lisäpuhtia* elvytykseen; *Laskusuhdanne koettelee EU:n taloutta; EU:n telealaa ei taantuma hetkauta; EU:n nuorisopolitiikka uuteen uskoon; Uutta verta komissioon, Sanan säilällä* syrjintää vastaan: *kilpailu syrjinnästä kirjoittaville toimittajille ja EU pistää kulutuselektroniikkaa myyvät verkkosivustot kuriin*). Suomalaisten otsikoiden joukossa oli myös kolme esimerkkiä lukijan suorasta puhuttelusta (*Ota kantaa EU:n terveys- ja kuluttajapolitiikkaan; Ota eurooppalainen sairaanhoitokortti matkalle mukaan! ja Ota eurooppalainen sairaanhoitokorttisi mukaan matkalle!*).

Tutkimus osoitti myös, että tarkastelluista otsikoista löytyi Jacobsin mainitsemia keinoja luoda positiivista julkisuuskuvaa tiedotteiden julkaisijasta. Lokalisoiduissa tiedotteissa oli erittäin näkyvästi esillä aktiivisen toimijan kuvan luominen¹: sana *komissio* tai *EU* oli otsikossa subjektina ja sitä seurasi erilaisia aktiivista toimintaa kuvaavia verbejä. Nämä verbit olivat kahta poikkeusta lukuun ottamatta preesens-aikamuodossa, joka osaltaan luo toimijasta aktiivisemmän ja dynaamisemmän kuvan kytkemällä toiminnan nykyhetkeen. Poikkeukset preesensin käyttöön löytyivät Suomen edustuston tiedotteista, ja molemmat verbit olivat imperfektissä (ks. alla oleva luettelo). Lisäksi merkittävä osa otsikoiden verbeistä kuvasi joko suorasti tai epäsuorasti sanomista, mikä käy yksiin luvussa 2.3 esitettyjen informaation hallintaa koskevien ajatusten kanssa.

Britannian edustuston tiedotteissa sana *komissio* oli lähes aina otsikossa esiintyessään tekijän paikalla ja siihen yhdistettyjä verbejä olivat *proposes, approves, puts forward, delivers, adopts, endorses, presents, calls for, steps up, outlines, launches, starts, says, announces, recognises, requests, pushes for, earmarks, gets rid of, fights, updates, hosts, assesses, increases, recovers, acts to ensure, acts on termination rates to boost competition, makes rallying call for, takes UK to European Court of Justice, holds second high-level meeting, seeks views on, brokers agreement, will finance, well on the way to meet target, first to publish real finance blueprint ja EU and 22 world leaders meet to explore*. Sen sijaan sana *EU* esiintyi otsikoissa lähes yksinomaan substantiivien määrittäenä (esim. *EU budget, EU recommendations ja EU action*) ja paikan

¹ Komission kohdalla tämä aktiivisen kuvan luominen ei päde ainoastaan lehdistötiedotteisiin: Kaisa Koskinen (2008b, 128, 131) tarkasteli komission tuottaman tiedonannon laatimis- ja käännösprosessia ja havaitsi, että laatimisprosessin aikana tiedonantoa muokattiin niin, että komissio nostettiin tekstissä etualalle ja muiden toimijoiden osuutta vastaavasti häivytettiin erilaisin kielellisin keinoin.

ilmaisijana. Toimijana se esiintyi vain kaksi kertaa (*EU acts to limit health risks* ja *EU celebrates European Maritime Day*).

Myös Irlannin edustuston tiedotteiden otsikoissa sana *komissio* esiintyi yleensä subjektina ja siihen liitettynä verbejä olivat *proposes, dedicates, agrees, helps, authorises, signs, offers, provides, imposes fine, fights, adopts, issues tough guidelines, coordinates, looks to, looks at, approves, dismisses, closes, warns, urges, praises, introduces, welcomes, requests, takes steps, calls on EU leaders, acts to prevent, acts to strengthen* ja *ready to step in and protect*. Lisäksi sana *EU* esiintyi otsikoissa tyypillisimmin substantiivien määrittäen ja paikan ilmaisijana mutta myös toimijana (*EU acts to ensure, acts to strengthen, launches, funds, prepares, says, wants to hear your views, seeks public views on, moves to regulate, breaks up windscreen cartel, EU to step up protection for, EU to take measures against* ja *EU and US to boost energy efficiency standards*).

Saksan edustuston tiedotteet poikkesivat merkittävästi muiden tutkittujen edustustojen tiedotteista siinä, että ”neutraaleiksi” luokiteltavien otsikoiden suuren määrän vuoksi sanat *komissio* ja *EU* esiintyivät otsikoissa muiden edustustojen otsikoita huomattavasti harvemmin, että *EU* oli käytetympi sana otsikon subjektina kuin *komissio* ja että *EU* silti esiintyi otsikoissa huomattavasti harvemmin subjektina kuin yhdyssanan osana. *EU*:hun liitettynä verbejä olivat *erreicht, legt [...] fest, aktiviert, stimmt [...] ab, unterstützt, ruft [...] auf, stößt [...] an, setzt, erleichtert, sieht, ergreift, ruft [...] ein, baut [...] aus, legt [...] vor, schützt, soll [...] eintreten, setzt [...] fort, schließt, öffnet, EU und USA verbessern Energieeffizienz, EU und USA einigen sich auf, Kanada und die EU legen WTO-Streit [...] bei* ja *EU und Afrika verstärken ihre Forschungskoooperation*. Komissioon yhdistettyjä verbejä olivat taas *stellt [...] vor, schlägt [...] vor, macht Vorschläge, stellt klar, handelt gegen, zieht weitere Lehren aus, stärkt, zieht Bilanz, verschärft, erreicht, genehmigt* ja *sichert [...] zu*.

Suomen edustuston tiedotteiden otsikoissa *komissio* esitetään yleensä aktiivisena (*komissio uudistaa, arvostelee, ehdottaa, esittää, kiittää, varoittaa, edistää, vauhdittaa, tehostaa, pyytää lisätietoja, puuttuu ihmiskauppaan ja lasten seksuaaliseen hyväksikäyttöön, tehostaa, tekee tiliä, hyväksyy, hyväksyi, päivitti, komissiolta uusi visio, komissiolta luonnos, komissiolta ehdotuksia, komissiolta elvyttävä budjettiesitys, komissiolta 34 miljoonaa euroa merentutkimushankkeisiin*). Toisaalta tutkimusaineistossa oli esimerkkejä, jotka voi halutessaan lukea niin, että *komissio* on passiivinen ja kyvytön toimija (*komissio haluaa edistää* [– mutta ei voi], *haluaa parantaa, haluaa tehostaa, haluaa tukea ja haluaa vähähiilisille teknologioille 50 miljardia euroa lisää*). Myös *EU*

esiintyi otsikoissa aktiivisena toimijana (*EU panostaa, viettää, kehittää, kääntää katseensa, käy elvyttämään, vapauttaa radiotaajuuksia, pistää kulutuselektroniikkaa myyvät verkkosivut kuriin, EU saavuttamassa, EU valmiina langattomaan laajakaistaan, EU biolääkkeiden eturintamaan, EU:lta 18 miljoonan euron lisäinvestoinnit, Euroopan unioni kansainvälisenä toimijana, EU ja Etelä-Korea solmivat vapaakauppasopimuksen ja EU:lta ja teollisuudelta 268 miljoonan yhteinen satsaus tutkimukseen*), substantiivien määritteenä ja objektina. Suomen edustuston tiedotteille tyypillinen lokalisointipiirre oli se, että tiedotteissa puhuttiin EU:sta, vaikka muiden edustustojen tiedotteiden otsikoiden perusteella toimija olikin näissä tapauksissa komissio.

Lokalisoiduissa lehdistötiedotteissa käytettiin positiivisten mielikuvien synnyttäjänä aktiivisen toimijan kuvan luomisen lisäksi Geert Jacobsin mainitsemaa positiivisten attribuuttien käyttöä (ks. luku 5.1). Positiivisten attribuuttien käyttäminen oli luonteva nostaa otsikoissa esiin EU:n toiminnan tuomaa lisäarvoa, joka on Maria Lindholmin mukaan komission lehdistötiedotteiden merkittävä tehtävä (ks. luku 5.2). Sanojen *EU* ja *komissio* rinnalla otsikoissa esiintyikin turvallisuuteen, kehitykseen ja edistykseen sekä rahan säästämiseen viittaavia ilmaisuja:

Esimerkkejä positiivisia mielikuvia herättävistä Britannian edustuston otsikoista ovat *Flying safer: Commission proposes new rules for better investigation of civil aviation accidents*; *Competition: Commission's Online Roundtable on Music opens way to improved online music opportunities for European consumers*; *Traditional Grimsby smoked fish get EU protection*; *Consumers: EU acts to limit health risks from exposure to noise from personal music players*; *Counterfeit goods – 20 million potentially dangerous products seized at EU customs in 2008* ja *End of 'roaming rip-off': cost of texting, calling, surfing the web abroad to plummet thanks to EU action*.

Irlannin tiedotteiden otsikoista positiivisia mielikuvia herättivät esimerkiksi seuraavat: *EU crackdown on websites selling consumer electronic goods*; *Delivering real benefits for citizens across Europe: Commission achievements 2004-2009*; *Consumers need to know EU food is of the highest standard*; *EU Commission coordinates fight against cancer in Europe*; *EU to step up protection for holiday makers*; *New EU alert system will protect consumers from dangerous goods*; *EU acts to ensure safe sound levels on personal music players* ja *Commission proposes to rid small companies of costly financial reporting*.

Saksan tiedotteiden otsikoista löytyi seuraavia esimerkkejä positiivisten mielikuvien luomisesta: *Fortschritte in Balkanländer und Türkei dank EU-Perspektive*; *Neue Studiengänge vernetzen EU-*

Forschungskompetenz weltweit; EU Weltspitze bei Breitband-Internet; Weniger Diskriminierung am Arbeitsplatz dank EU-Recht; EU stößt innovative Verkehrspolitik an, EU schützt Bürger vor Globalisierung, ja EU fit machen für IKT-Normen der Zukunft.

Suomen edustuston tiedotteiden otsikoista löytyi taas seuraavia esimerkkejä: *EU biolääkkeiden eturintamaan; Euroopan unioni kansainvälisenä toimijana; EU:lta 18 miljoonan euron lisäinvestoinnit ultranopeaan mobiili-internettiin; Komissio arvostelee pankkien epäselviä kuluttajamaksuja; Komissio tehostaa lääkealan valvontaa; Komissio edistää potilasturvallisuutta EU:ssa; Uusia EU-sääntöjä lelujen turvallisuudesta ja Kännykkäpuhelut lentokoneissa mahdollisiksi EU:n sääntöjen ansiosta.*

Toisaalta tutkimusaineistossa oli esimerkkejä myös sellaisista positiivisia mielikuvia herättävistä otsikoista, joissa ei mainittu EU:ta, komissiota eikä Eurooppaa (esimerkiksi *Tekstiviestien, puhelujen ja datapalvelujen roaming-hinnat alenevat roimasti; New safety standards for child care products on the way* (Britannia); *New financial support available for partnerships between business and academia* (Irlanti); *Giftige Substanz Dimethyl Fumarate (DMF) verboten; Mobiltelefonieren im Flugzeug setzt sich durch ja Schutz vor Cyber-Angriffen verbessern*). Tällaiset otsikot olivat kuitenkin harvinaisempia kuin ne, joissa tapahtuman ja unionin yhteys oli selvästi ilmaistu. Poikkeuksen muodostivat Saksan edustuston positiiviset otsikot, joista suurin osa oli ilman selvää Eurooppa-yhteyttä.

Tutkimusaineistosta löytyi myös sellaisia otsikoita, jotka herättivät selvästi positiivisia mielikuvia edustuston sijaintimaasta (esimerkiksi *UK at the front of a European healthy eating campaign; Britain a European Digital Champion; Young British Scientists: listening to the universe and fighting cancers; UK education project shortlisted for European Award; EU Commission praises Ireland's role in light-bulb plan; Winner for Ireland; Suomalaiselle projektille elinikäisen oppimisen eurooppalainen palkinto; EU:n yrittäjäpalkinto suomalaiselle Naisyrittäjyyskeskukselle; Suomen uimavedet kirkkaasti EU-kunnossa; Deutsches Energieprojekt ausgezeichnet ja Deutsches Handwerk für Bürokratieabbau ausgezeichnet*). Tällaisia otsikoita oli aineistossa kuitenkin melko vähän; suhteellisesti eniten niitä oli Britannian edustuston julkaisemissa tiedotteissa.

Geert Jacobsin mukaan lehdistötiedotteiden julkaisijat pyrkivät peittelemään itseään koskevia negatiivisia asioita puhumalla niistä passiivissa (ks. luku 5.1). Tässä tutkimuksessa otsikkokorpuksesta löytyi tiedotteita, jotka käsittelivät edustustojen sijaintimaiden komissiolta

saamia moitteita yhteisön lainsäädännön rikkomisesta ja jotka sen vuoksi uhkasivat heikentää komission – eli lainsäädännön toteutumisen valvojan – julkikuvaa kyseisissä maissa. Tutkimus osoitti, että Suomen ja Saksan edustustojen tiedotteiden otsikoissa mainittiin molemmissa komissio subjektina vain kerran ja silloinkin Suomen tiedotteessa käytettiin pehmentävää ilmaisua *pyytää lisätietoja*, mutta Saksan tiedotteessa sanottiin komission tehostavan tai koventavan menettelyään (*verschärfen*). Yhteisön lainsäädännön rikkomisesta kertovat Suomen otsikot olivat *Suomelle moitteita EU:n energialainsäädännön rikkomisesta; Suomelle nuhteita syrjivästä verotuksesta; Suomen lopetettava ulkomailla asuvien syrjiminä metsätulojen verotuksessa ja **Komissio pyytää lisätietoja** Suomen esittämästä laajakaistamarkkinoiden sääntelyn purkamisesta*. Saksan samaa aihetta käsittelevät otsikot olivat ***EU-Kommission verschärft Verfahren** wegen Bauauftrag für Finanzamt Quedlinburg; Deutschland hat Defizite beim Antidiskriminierungsgesetz; Mehrere Vertragsverletzungsverfahren gegen Deutschland abgeschlossen; Schritte gegen Deutschland wegen Vertragsverletzungen eingeleitet Verfahren zu deutschem Marken und Patentrecht eingeleitet; Fehler bei Abwasserentsorgungsauftrag der Stadt Hamm; Auftragsvergabe von deutschen Justizbehörden geprüft; Berufsqualifikation von Therapeuten anerkennen; Klage gegen Deutschland wegen Auslandsdividendenzahlungen; Deutschland für Abschreibungsregeln von Gebäuden verklagt; Zwei Vertragsverletzungsverfahren gegen Deutschland eingestellt; Änderung von VW-Gesetz erneut angemahnt ja Bonner Bioabfallentsorgung unzulässig, Abschlussprüfung in Deutschland unzureichend*.

Sen sijaan Britannian ja Irlannin tiedotteissa komissio mainittiin avoimesti tekijänä myös niissä tapauksissa, kun maita huomautettiin yhteisön lainsäädännön rikkomisesta. Muutamissa tapauksissa käytettiin Suomen edustuston tapaan sanaa *pyytää (request)* pehmentämään otsikkoa. Britannian yhteisön lainsäädännön rikkomisesta kertovat otsikot olivat *Telecoms: Commission steps up UK legal action over privacy and personal data protection; Professional qualifications: Commission acts to ensure the UK implements EU law; European Commission takes UK to European Court of Justice over waste water collection systems; VAT: The European Commission requests the United Kingdom to modify its legislation regarding the exemption for aircraft; State aid: Commission requests that the UK implement Transparency Directive ja Commission launches case against UK over privacy and personal data protection ja Irlannin otsikot olivat *Commission closes two nature protection cases against Ireland; Commission warns Ireland for not issuing industrial permits on time; European Commission requests VHI's compliance with EU insurance rules ja Ireland's compliance with EU court judgement on motor insurance*.*

6.3. Erasmus-tiedote

6.3.1 Britannian edustuston lokalisoima versio

Alkuperäisen tiedotteen otsikko *Erasmus reaches the 2 million students mark* oli lokalisoitu Britannian edustuston tiedotteessa paikallista näkökulmaa korostavaan muotoon *More UK students go abroad with EU's Erasmus programme*. Lokalisoitu tiedote oli päivätty alkuperäistiedotteen tapaan 30.7.2009, ja sen yhteyteen oli liitetty kuva, jonka täyttää seitsemän nuoren porukka, joista yksi on aasialaisen ja yksi afrikkalaisen näköinen sekä loput nuoret eri puolilta Eurooppaa.

Lokalisoidussa tiedotteessa käsitellään Euroopan-laajuista vaihto-ohjelmaa korostetun brittiläisestä näkökulmasta. Jo tiedotteen otsikko rajaa näkökulman selvästi paikallisia koskettavaksi asiaksi, ja otsikon ja ensimmäisen kappaleen perusteella on selvää, että tiedotteessa on nimenomaan kyse brittien aiempaa aktiivisemmasta osallistumisesta ohjelmaan. Tekstin kahdessa ensimmäisessä kappaleessa kerrotaankin Erasmus-ohjelmaan osallistuneiden brittiopiskelijoiden määrän kasvusta lukuvuonna 2007–2008 sekä toisessa Euroopan maassa opiskelleiden brittiopiskelijoiden lukumäärä mainittuna lukuvuonna ja sitä edeltävänä lukuvuonna. Lisäksi ilmoitetaan, että kuitenkin vain 0,43 prosenttia maan koko opiskelijamäärästä osallistui ohjelmaan. Britannian suosiota kohdemaana kuvataan kertomalla siellä lukuvuonna 2007–2008 olleiden Erasmus-vaihto-opiskelijoiden määrä sekä luettelemalla maat, joiden jälkeen Britannia oli Euroopan neljänneksi suosituin vaihtokohde. Kolmannessa kappaleessa lainataan komission Lontoon edustuston työntekijää Sarah Lambertia, joka iloitsee siitä, että yhä useampi brittiopiskelija lähtee vaihtoon Eurooppaan, mutta toteaa, että silti liian moni jättää käyttämättä mahdollisuuden parantaa ansioluetteloaan ja työllistymismahdollisuuksiaan, hankkia uusia ystäviä eri puolilta maailmaa tai oppia uusi kieli. Neljännessä kappaleessa kerrotaan Erasmus-työharjoitteluun menneiden brittiopiskelijoiden lukumäärä ja todetaan sen prosenttiosuus kaikista harjoittelijoista. Lisäksi kerrotaan opetustehtäviin tai ammatilliseen koulutukseen menneiden brittiyliopistojen opettajien lukumäärä. Vasta viidennessä kappaleessa annetaan kokonaiskuva Erasmus-ohjelman sisällöstä ja osallistujamäärästä sekä osallistujamäärän kasvusta edelliseen vuoteen verrattuna.

Kuudennesta kappaleesta eteenpäin Britannian tiedote on sanasta sanaan samanlainen kuin komission alkuperäinen tiedote ja sisältää siten koko Eurooppaa koskevat numerotiedot niistä asioista, jotka edellä on esitelty Britannian näkökulmasta. Lokalisoidun tiedotteen kuudes kappale

on sama kuin alkuperäistiedotteen ingressi ilman ensimmäistä lausetta, ja tämän jälkeen kappalejako on sama kuin alkutekstissä. Lokalisoidussa tiedotteessa on alkuperäistiedotteesta lainattu *Taustaa*-kappale, jonka teksti on sanasta sanaan sama kuin alkuperäistiedotteessa, ja lokalisoidun tiedotteen lisätietolinkit (tarkemmat tilastotiedot sisältävä muistio, komission ylläpitämä Erasmus-infosivu ja julkinen kuuleminen nuorten opiskeluun liittyvästä liikkuvuudesta) ovat samoja kuin alkutekstissä. Tiedotteen lopussa on kehoitus: *For more information, please contact the London press office* ja puhelinnumero.

Lokalisoidun tekstin ja alkutekstin yhdistäminen samassa tiedotteessa on aiheuttanut tiedotteeseen toistoa, joka olisi voitu helposti välttää: esimerkiksi ohjelman suosion kasvu, 2,1 prosenttia edelliseen lukuvuoteen verrattuna, mainitaan kolme kertaa ja Erasmus-opiskelijoiden kokonaismäärä kaksi kertaa. Myöskään lehdistötiedotteiden sisältöperiaate ”käänteinen pyramidi” (ks. luku 5.1) ei yhdistämisen vuoksi toteutunut ja niinpä jotkin tiedot tulivat oudolta tuntuvassa järjestyksessä: tiedotteen alussa asia mainittiin Britannian näkökulmasta, ja sitten se mainittiin aivan toisessa paikassa koko Euroopan näkökulmasta. Rakenne aiheuttaa myös sen, että tiedotteesta tuli muiden edustustojen tiedotteita huomattavasti pidempi: kun muut tiedotteet mahtuivat yhdelle A4-sivulle, Britannian tiedotteen perusteksti vei kaksi sivua ja lisätiedot yhden sivun Irlannin tapaan. Kun lehdistötiedotteissa normaalisti pyritään lyhyteen (ks. luku 5.1), on hankala kuvitella, että tiedote julkaistaisiin tiedotusvälineissä näin pitkänä. Tyypillisestä lehdistötiedotteesta poiketen Britannian tiedotteesta puuttui myös ingressi.

Tiedotteen lokalisoidun osan kieli on tyyliltään raportoivaa ja neutraalia; ainoastaan komission työntekijän selvästi ohjelman etuja korostavalla sitaatilla pyritään vaikuttamaan uutisen kohderyhmään ja houkuttelemaan näin ohjelmaan lisää osallistujia. Tiedotteen lokalisoidussa osassa ei myöskään käytetty byrokraattista eurokieltä, vaan tiedotteen ainoa erikoistermi oli sen pääasia eli Erasmus-ohjelma, jota selitetään ensimmäisessä kappaleessa ilmaisulla *EU's flagship student exchange programme, Erasmus* ja myöhemmin viidennessä kappaleessa *Erasmus, programme for mobility and co-operation in higher education*, joka muistuttaa alkuperäistiedotteen ilmausta *EU's Erasmus programme for mobility and co-operation*.

6.3.2 Irlannin edustuston lokalisoima versio

Alkuperäistiedotteen otsikko *Erasmus reaches the 2 million students mark* oli muokattu Irlannin edustuston tiedotteessa muotoon *Top marks for Erasmus programme*, joka pyrkii sanan *top* avulla luomaan alkuperäistä tiedotetta positiivisempaa mielikuvaa ohjelmasta. Lokalisoitu tiedote oli päivätty alkuperäistiedotteen tavoin 30.7.2009.

Lokalisoitu tiedote noudattaa ”käänteisen pyramidin” periaatetta, vaikka siinä ei olekaan keskeisimmät asiat tiivistävää ingressiä. Leipätekstin ensimmäisessä kappaleessa kerrotaan itse uutinen (uusien osallistumistietojen mukaan viimeisen 21 vuoden aikana yli kaksi miljoonaa opiskelijaa on osallistunut Erasmus-ohjelmaan sekä tiedot Irlannin tilanteesta, ks. alla). Toisen tekstikappaleen muodostaa koulutuskomissaarin lyhentämätön lainaus, jossa Erasmusta kutsutaan eurooppalaiseksi menestystarinaksi, luetellaan ohjelman hyötyjä opiskelijoille, korkeakouluille ja yhteiskunnalle sekä ilmaistaan halu tarjota kaikille nuorille mahdollisuus lähteä ulkomaille. Neljäs viimeisessä tekstikappaleessa kerrotaan tarkentavia tietoja (mistä maista lähdettiin innokkaimmin vaihtoon, mitä mahdollisuuksia ohjelma tarjoaa, minkä alojen opiskelijat osallistuivat ohjelmaan innokkaimmin, kuinka kauan vaihdossa oltiin, kuinka suuri osuus osallistujista oli naisia ja kuinka suuri Erasmus-apuraha oli lukuvuonna 2007–2008). Tämän jälkeen tulivat taustatietokappale ja lisätietolinkit.

Kokonaisuutena Irlannin edustuston tiedotetta on lokalisoitu muokattu huomattavasti vähemmän kuin Britannian tiedotetta. Irlantilaista näkökulmaa tiedotteessa on rajatusti: Kun tiedotteen alussa on ensin kerrottu Erasmus-ohjelman saavuttaneen kahden miljoonan osallistujan rajan, kerrotaan irlantilaisten osanottajien määrä ja sen kasvu edelliseen lukuvuoteen verrattuna. Tiedotteen kolmannessa kappaleessa kerrotaan irlantilaisten opiskelijoiden suosimat kohteet ja niihin menneiden lukumäärät sekä huomautetaan ohjelmaan osallistuneen vain alle prosentin Irlannin opiskelijoista. Leipätekstin viimeisessä kappaleessa Erasmus-apurahan yhteydessä kerrotaan myös irlantilaisten keskimäärin saama apuraha, joka eroaa eurooppalaisesta keskiarvosta. Lisäksi taustatiedoissa selvitetään, että Irlannissa Erasmus-ohjelmaa hallinnoi Higher Education Authority, ja lisätietolinkeissä annetaan alkuperäisen tiedotteen kolmen lisätietolinkin lisäksi linkki tämän irlantilaisen toimielimen verkkosivuille.

Huomionarvoista tiedotteen lokalisoinnissa on myös se, että muista lokalisoituista tiedotteista poiketen siihen on liitetty tietoa, jota ei löydy alkuperäisestä tiedotteesta mutta joka todennäköisesti

palvelee Erasmus-ohjelmasta kiinnostuneita: minkä alojen opiskelijat suuntaavat innokkaimmin Erasmus-vaihtoon, kuinka pitkään vaihdossa ollaan ja mikä on osallistujien sukupuolijakauma. Lisäksi mainitaan alkuperäistiedotteesta poiketen EU:n Leonardo da Vinci -ohjelma. Lisäksi toisin kuin alkutekstissä ja muissa lokalisoiduissa tiedotteissa Irlannin tiedotteen taustatietokappaleessa kerrotaan myös se, mistä ohjelman nimi on peräisin. Antamalla lukijoille ”ylimääräistä” tietoa Irlannin tiedotteen laatija näyttää huolehtivan lokalisointitoiminnassaan komission viestin välittymisestä uudelle lukijakunnalle kahdella eri tasolla: paikallisyleisön tarpeiden täyttämisen lisäksi huolehditaan myös aiheesta kiinnostuneiden tarpeista.

Toisaalta tiedote huomioi muiden edustustojen tiedotteita paremmin ne lukijat, jotka eivät ohjelmasta ole koskaan kuulleetkaan, sillä tiedotteen taustatietokappaleessa annetaan tiivis selvitys ohjelmasta: alkuperäisen leipätekstin pohjalta kerrotaan, että Erasmus-ohjelma on käynnistetty 1987 ja että se on EU:n koulutuksen lippulaivaohjelma, jonka kautta vuosittain yli 180 000 opiskelijaa saa tilaisuuden opiskella ja työskennellä ulkomailla. Tämän jälkeen kerrotaan alkutekstin taustatietokappaleen pohjalta, että Erasmus tukee myös eurooppalaisten korkeakoulujen välistä yhteistyötä, mutta toisin kuin alkutekstissä, lokalisoidussa versiossa ei kerrota, että tämä yhteistyö tapahtuu intensiiviohjelmien, verkostojen, hankkeiden ja vastaavien toimien kautta. Lokalisoidussa tiedotteessa kerrotaan lisäksi, että ohjelma ei palvele vain opiskelijoita (tämä mainittiin myös alkutekstissä, jossa puhuttiin lisäksi korkeakoulujen henkilökunnasta) vaan myös professoreja ja business-henkilöstöä (*business staff*), jotka haluavat opettaa ulkomailla ja korkeakoulujen henkilökuntaa, joka haluaa ammatillista koulutusta ulkomailla.

Sisällöltään Irlannin edustuston lokalisoinna tiedote on keskittynyt alkuperäistä enemmän Erasmus-opiskeluun. Työharjoittelumahdollisuus, siihen lukuvuonna 2007–2008 tarttuneiden lukumäärä kaikista Erasmus-ohjelmaan osallistuneista sekä korkeakoulujen henkilökunnan mahdollisuudet käsitellään vain ohimennen. Kuitenkin myös opiskeluun liittyvää tietoa on karsittu: lokalisoidussa tiedotteessa ei mainita mitään ohjelman suosion kasvun hidastumisesta, toisaalta kasvavasta kiinnostuksesta Britanniassa ja Alankomaissa, spekuloinneista siitä, onko ohjelman painopiste siirtymässä opiskelusta harjoitteluun, eikä alkuperäisen tiedotteen taustatietoihin kuulunutta prosenttiosuutta kaikista eurooppalaisista opiskelijoista, jotka saavat Erasmus-apurahan opintojensa aikana. Lisäksi Irlannin tiedotteessa numerot näyttävät korostuvan vähemmän kuin muissa versioissa, ja tuloksena on tiivis, selkeä ja helppolukuinen tiedote.

Irlannin tiedote poikkeaa alkuperäistiedotteen rakenteesta siten, että tärkeimmät asiat tiivistävä ingressi on jätetty tiedotteesta pois ja toisaalta alkuperäisen tekstin asioiden esittämisjärjestyksestä on poikettu yhdessä kohdassa: lokalisoidussa tiedotteessa tulee välittömästi komissaarin lainauksen jälkeen lista niistä maista, joista lähtee eniten opiskelijoita vaihtoon, kun taas alkuperäisessä tiedotteessa tämä tiedonmuru annetaan vasta juuri ennen taustatietokappaletta ja lisätietolinkkejä. Muutos tekee tiedotteesta konkreettisemmän ja tuo siihen tiettyä läheisyyden tunnetta. Tosin Irlannin maalistasta puuttuu joko tarkoituksellisesti tai vahingossa kääpiövaltio Liechtenstein, josta lähti alkuperäistiedotteen mukaan eniten opiskelijoita maan koko opiskelijamäärään suhteutettuna.

Lokalisoidussa tiedotteessa on mukana myös sisältöä, joka on ilmaistu alkutekstiä huomattavasti värikkäämmin sanankääntein ja ehkä hivenen liiankin vapaasti tulkiten. Lukija voi esimerkiksi saada ilmaisusta *in recent years* myös toisenlaisen mielikuvan kuin sen, että Erasmus-ohjelma tarjosi luetellut mahdollisuudet ensimmäistä kertaa kyseisenä lukuvuonna. Esimerkistä käy konkreettisesti ilmi myös edellä esitetty havainto siitä, että Irlannin tiedote on keskittynyt alkutekstiä enemmän nimenomaan Erasmus-ohjelman opiskelumahdollisuuteen (lyhenteistä A viittaa alkutekstiin ja L lokalisoituun versioon):

A: For the first time Erasmus has also supported as many as 20 000 students in doing work placements in companies and organisations in other countries and allowed almost 5 000 university staff to pursue training abroad.

A: Among the new opportunities offered by Erasmus, student mobility for placements accounted for 20 002 traineeships in 2007/2008 and is likely to expand in the future.

L: In recent years the Erasmus programme has been extended greatly, aiming to encourage more students to take part. [...] It is now also possible for teachers and university staff to travel abroad in a partner institution.

Seuraavassa esimerkissä taas lokalisoitu tiedote korostaa värikkäästi toimintaa, kun alkuteksti korostaa lopputulosta. Rahasummien erot johtuvat mahdollisesti siitä, että lokalisoidun tiedotteen laatija on muutenkin korostanut tekstissään nimenomaan Erasmus-opiskelijoiden eikä työharjoittelijoiden tilannetta:

*A: At the same time the level of **the monthly grant for Erasmus students also increased substantially**, to over €250 per month on average for both types of student mobility taken together.*

*L: **Efforts to increase the average grant that students get from the Erasmus budget** have taken the European average monthly grant to €242 in 2007/2008, an increase of 26% on the previous year.*

Lokalisoitua tiedotetta laadittaessa ei ole juurikaan käytetty hyväksi alkutekstin kieliasua, vaan tiedote on kirjoitettu lähes kokonaan uudelleen. Poikkeuksen muodostavat toisen kappaleen muodostava koulutus- ja kulttuuriasioiden komissaarin lyhentämätön lausunto sekä taustatietokappaleen virke, joka noudattaa alkutekstin kieliasua mutta korostaa muutoksen sijasta sen lopputulosta:

*A: With the addition of Croatia and the Former Yugoslav Republic of Macedonia in 2009, the number of participating countries **is growing to 33**.*

*L: With the addition of Croatia and the Former Yugoslav Republic of Macedonia in 2009, the number of participating countries **has reached 33**.*

Kuten edellä esitetystä voinee päätellä, lokalisoitu tiedote on tyyliltään neutraalin raportoinnin ja lehdistötiedotteeksi varsin värikkään kielen sekoitus. Teksti on myös värikkäämpää kuin toisessa englanninkielisessä tiedotteessa. Aiemmin mainittujen esimerkkien lisäksi osoituksia värikkästä kielenkäytöstä ovat otsikon sana *top*, johon viitattiin jo tarkastelun alussa, sekä ilmaisu *time spent 'on Erasmus'*. Opiskelijat eivät vain osallistu ohjelmaan, vaan he hyötyvät siitä (*benefit from [Erasmus], avail of the Erasmus programme*). Ainoa lukijalle mahdollisesti tuntematon ilmaus tekstissä on sen aihe, jota avataan ensimmäisessä kappaleessa ilmaisulla *Erasmus, the EU's student mobility programme for higher education*, ja kuten aiemmin on todettu, ohjelmasta tarjotaan taustatietokappaleessa yksityiskohtainen esittely. Tekstistä on myös jätetty pois byrokraattinen yksityiskohta siitä, kuinka Erasmus-ohjelman budjetti on kasvanut EU:n vuonna 2007 käynnistäneen elinikäisen oppimisen ohjelman saaman liikkuvuustoimiin osoitetun lisämäärärahan vuoksi. Tosin elinikäisen oppimisen ohjelma mainitaan ohimennen taustatietokappaleessa.

6.3.3 Saksan edustuston lokalisoima versio

Alkutekstin otsikko *Mehr als 2 Millionen Erasmus-Studierende* oli lokalisoitu Saksan edustuston tiedotteessa muotoon *Deutsche Studenten erneut Erasmus-Spitzenreiter*, joka korostaa Erasmus-ohjelman kestävästä suosiota Saksassa. Tiedote on päivätty alkuperäisen tiedotteen tapaan 30.7.2009.

Lokalisoitu tiedote on laadittu ”käänteisen pyramidin” periaatteella: ensimmäisessä kappaleessa kerrotaan tärkeimmät tiedot (jo mainittujen Saksaa koskevien tietojen lisäksi ohjelman Euroopan-laajuinen osallistujamäärä, suosion kasvu edelliseen lukuvuoteen verrattuna ja kahden miljoonan osallistujan rajan rikkoutuminen vuoden 2009 aikana) ja kaksi muuta kappaletta tarjoavat tarkentavia ja taustoittavia tietoja (ohjelman osallistujamäärät vuodesta 1987 ja lukuvuonna 2007–2008, osallistujamäärän kehitys sekä ohjelman rahoitus). Lisätietolinkkeinä tarjotaan linkit alkuperäisen tiedotteen saksankieliseen versioon sekä aiheesta laadittuun muistioon. Rakenteeltaan Saksan tiedote eroaa tyypillisestä lehdistötiedotteesta puuttuvan ingressin takia, mutta käytännössä leipätekstin ensimmäinen kappale toimii ingressin tapaan.

Lokalisointiprosessin aikana tiedotteeseen on lisätty saksalaista näkökulmaa maltillisesti: Saksa mainitaan otsikossa ja ensimmäisessä lauseessa, jossa kerrotaan, että lukuvuonna 2007–2008 Saksa lähetti edelleen eniten opiskelijoita Erasmus-vaihtoon, sekä ilmoitetaan lähetettyjen opiskelijoiden lukumäärä. Lisäksi ensimmäisessä kappaleessa kerrotaan Saksaan tulleiden vaihto-opiskelijoiden lukumäärä ja mainitaan Saksan olevan kolmanneksi suosituin kohdema Espanjan ja Ranskan jälkeen. Toisessa kappaleessa kerrotaan, että Saksa on niiden kymmenen maan joukossa, joista lähtijöiden määrä on laskenut edellisvuodesta.

Merkittävin sisällöllinen muutos alkuperäiseen tiedotteeseen verrattuna oli se, että lokalisoitu tiedote keskittyi vain Erasmus-opiskeluun: työharjoittelu mainittiin melko huomaamattomasti, ja korkeakouluhenkilöstön vaihtomahdollisuuksista ei kerrottu mitään. Lisäksi lokalisoitusta tiedotteesta jätettiin pois lista innokkaimmin Erasmus-ohjelmaan osallistuneista maista; alkutekstissä tämä innokkuus määriteltiin sen mukaan, kuinka suuri prosenttiosuus maan koko opiskelijamäärästä lähti lukuvuoden aikana Erasmus-vaihtoon. Saksan tiedote taas julisti avausvirkkeessään, kuinka Saksa lähettää lukumäärässä mitattuna eniten opiskelijoita Erasmus-vaihtoon. Sen sijaan prosenttiosuuksissa mitattuna Saksa ei kuulunut ainakaan neljän innokkaimman lähtijämaan joukkoon. Kyseessä on siis alkutekstin sisällön manipulointi positiivisten kansallisten mielikuvien herättämiseksi. Muita muutoksia alkutekstiin verrattuna olivat alkutekstissä olleen

komissaarin lausunnon lyhentäminen: lausunnosta on jätetty lokalisoituun tiedotteeseen kohta, jossa kuvaillaan, kuinka Erasmus tarjoaa yhä useammalle opiskelijalle mahdollisuuden lähteä vaihtoon ja kuinka vuodesta 1987 lähtien kaksi miljoonaa opiskelijaa on lähtenyt ohjelman kautta opiskelemaan tai tekemään työharjoittelun, mikä tekee ohjelmasta eurooppalaisen menestystarinan. Komissaarin lausunnosta on sen sijaan poistettu kohdat, joissa kuvaillaan ohjelman hyötyjä korkeakouluille ja ympäröivälle yhteiskunnalle sekä kerrotaan juuri käynnistetystä julkisesta kuulemisesta, jonka tarkoituksena on kartoittaa keinoja, joilla yhä useampi nuori saataisiin lähtemään ulkomaille. Vaikka lokalisoitun tiedotteen asioiden esittämisjärjestys on sama kuin alkutekstissä, sisällön huolellisen valikoimisen vuoksi teksti on kuitenkin alkutekstiä helppolukuisempi ja selkeämpi.

Saksan lokalisoitussa tiedotteessa on käytetty hyväksi alkutekstin kieliasua: tiedotteen kaksi jälkimmäistä kappaletta ovat kieliasultaan täysin samoja kuin alkutekstin leipätekstin toinen ja kuudes kappale (tosin prosenttilukujen ilmoittamiseen käytettyä tekstikonventiota on muutettu: alkuperäisen tiedotteen 2,1 % on lokalisoitussa tiedotteessa kirjoitettu 2,1 Prozent). Lisäksi lokalisoitun tiedotteen ensimmäisen kappaleen koko ohjelmaa koskevista virkkeistä kaksi ensimmäistä ovat lähes suoraan alkuperäistiedotteesta. Kolmannen virkkeen tapauksessa alkuteksti ja lokalisoitu versio eroavat modaalisuudeltaan:

*A: Angesichts der jüngsten Zahlen ist davon auszugehen, dass Mitte 2009 die Marke von zwei Millionen Erasmus-Studierenden **überschritten wurde** ('ylitettiin', 'mentiin yli').*

*L: Bereits im Laufe des Jahres 2009 **könnte** damit die Zielmarke von zwei Millionen Erasmus-Studierenden **geknackt werden** ('voitaisiin, saatetaan rikkoa', 'saatetaan murskata').*

Lokalisoitun tiedotteen ”leikkaa ja liimaa” -laatimistavan ongelmat näkyvät kuitenkin oudossa tekstikonvention rikkoutumisessa: uudelleen kirjoitetussa ensimmäisessä kappaleessa luvut kirjoitetaan pisteen kanssa (esimerkiksi 162.000 europäischen Studierenden), mutta suoraan alkuperäistiedotteesta tulevissa luvuissa ei pistettä esiinny (162 695 Erasmus-Studierenden). Lokalisoinnin vähäisyyttä kuvastaa myös se, että Saksan tiedotteessa Erasmus-ohjelmaan viitataan vain vaihto-ohjelmana (Erasmus-Austauschprogramm), ja lukijan oletetaan siten tuntevan käsitteen entuudestaan. Toki tässä tapauksessa käsitettä on lokalisoitu huomattavasti alkuperäistiedotteen ilmaisusta *das Erasmus-Programm der EU für Mobilität und Zusammenarbeit zwischen den Hochschulen*. Myös alkuperäisen tiedotteen ilmaisu *der für Bildung, Kultur und Jugend zuständige EU-Kommissar* oli lokalisoitu tuttavallisempaan muotoon *EU-Bildungskommissar*.

6.3.4 Suomen edustuston lokalisoima versio

Alkuperäisen tiedotteen suomenkielisen version otsikko *Erasmus-opiskelijoita jo 2 miljoonaa* on Suomen edustuston tekemässä tiedotteessa lokalisoitu numeron kirjoitusasua muuttamalla muotoon *Erasmus-opiskelijoita jo kaksi miljoonaa*, sillä luku *kaksi* kirjoitetaan suomen tekstikonvention mukaan kirjaimin eikä numerolla. Lokalisoitu tiedote oli päivätty 31.7.2009, kun alkuperäisen tiedotteen päiväys on 30.7.2009. Lisäksi tiedotteen ingressin viereen on laitettu valokuva, jossa kolme parikymppistä nuorta pitää hauskaa Esplanadin puistossa Helsingissä.

Lokalisoidun tiedotteen rakenne noudattaa tarkasti käänteisen pyramidin ideaa: ingressissä ja kahdessa ensimmäisessä leipätekstikappaleessa kerrotaan tärkeimmät asiat (osallistujamäärät ohjelman 22-vuotisen historian ja lukuvuoden 2007–2008 aikana sekä osallistujamäärien kasvu) ja lopuissa kolmessa kappaleessa taustoittavia yksityiskohtia (ohjelman rahoitus, Erasmus-ohjelmaan jossakin opintojensa vaiheessa osallistuvien eurooppalaisten prosenttiosuus, Erasmusuksen tarjoamat mahdollisuudet ja maininta julkisesta kuulemisesta nuorten liikkuvuuden lisäämiseksi).

Lukijan näkökulmasta suomalaisessa tiedotteessa korostuvat numerotiedot, neutraali raportointi ja persoonattomuus jopa siinä määrin, että uutisen kohdeyleisö ei välttämättä tunne uutista läheiseksi itselleen. Tiedotteessa on vain kaksi suomalaiselle yleisölle lokalisoitua piirrettä ja loput tiedot ovat valikoidusti ja tiivistäen peräisin alkutekstistä. Lokalisoituja elementtejä ovat tiedotteen yhteyteen liitetty kuva nuorista Esplanadin puistossa – kuvassa näkyy osittain Runebergin patsaan jalusta, mikä auttaa suomalaislukijaa sijoittamaan sen oikeaan paikkaan – ja tieto siitä, että 400 suomalaista on osallistunut Erasmus-ohjelman uusiin ohjelmamahdollisuuksiin. Tiedotteessa ei kuitenkaan kerrota suomalaista Erasmus-uutisen lukijaa todennäköisesti kiinnostavia seikkoja, kuten kuinka moni suomalainen meni perinteiseen tapaan opiskelemaan ulkomaille, onko suomalaisten into osallistua ohjelmaan lisääntynyt vai vähentynyt tai kuinka moni ulkomaalainen tuli Suomeen. Otsikkonakin on alkuperäistiedotteen neutraalin positiivinen ohjelman kokonaissuosiota osoittava otsikko, eikä sitä ole muokattu Britannian ja Saksan tiedotteiden otsikoiden tapaan paikallisnäkökulmaa korostavaksi. Tiedotteen läheisyyden ja henkilöitävyyden puutetta korostaa osaltaan myös se, että alkutekstissä ollut komissaarin lausunto on poistettu suomalaisesta versiosta. Komissaarin lausunnosta on tosin otettu lokalisoidun tiedotteen loppuun ilmoitus unionin juuri käynnistämästä julkisesta kuulemisesta, mutta mistään ei käy ilmi, että katkelma on komissaarin lausunnosta.

Kuitenkin Suomen edustustolla on tiedotteiden lokalisoinnissa käytössä muista edustustoista poikkeava keino huomioida lukijan tarpeet. Lokalisoinnissa hyödynnetään nimittäin sähköisen tekstin mahdollisuuksia: tiedotteen leipätekstiin on sisällytetty lisätietolinkkejä, kun muiden edustustojen tiedotteiden lisätietolinkit on koottu tiedotteen loppuun taustatietojen jälkeen. Niinpä Suomen tiedotteen lukija voi tekstiä lukiessaan klikata lisätietolinkin auki ja saada välittömästi aiheesta lisätietoa. Muiden edustustojen tiedotteiden lukija löytää samat lisätiedot tekstin lopusta, mutta tällöin hän on jo ohittanut itselleen vieraan tekstielementin, jonka epäselväksi jääminen on tuonut lukukokemukseen negatiivisen häivähdyksen. Jos liian moni seikka tiedotteessa jää lukijalle epäselväksi, hän lopettaa tekstin lukemisen (vrt. luvun 4.1 kuvaus lokalisoimattoman digitaalisen tuotteen käyttämisestä). Suomen tiedotteessa tarjotaan Britannian ja Irlannin tiedotteiden tapaan linkit komission Erasmus-ohjelman (englanninkieliselle) infosivulle ja koulutuksen ja kulttuurin pääosaston julkisten kuulemisten (suomenkielisel) sivustolle. Muista edustustoista poiketen tarjotaan myös linkki komission elinikäisen oppimisen ohjelman (englanninkieliselle) sivulle, mutta toisaalta ”tarkempia tilastotietoja ja tuoreimpia lukuja” esittelevään muistioon ei ole annettu linkkiä. Leipätekstissä tarjottujen linkkien lisäksi tiedotteen jälkeen on linkki alkuperäisen tiedotteen suomenkieliseen versioon.

Sisällöltään tiedote on erittäin tiivis, sillä siinä on kerrottu vain tarkasti valikoidut seikat ja yksityiskohtia on karsittu huomattavasti: pois on jätetty maininnat Erasmusuksen hidastuneesta osallistujamäärän kasvusta ja maista, joissa osallistujamäärä on kääntynyt laskuun, tiedot innokkaimmin ohjelmaan osallistuneista maista, ohjelmaan osallistuvien maiden kokonaismäärästä ja vuonna 2009 mukaan liittyvistä maista sekä spekulatiot työharjoittelun suosiesta verrattuna opiskeluun. Lokalisoidun tiedotteen sisällön tiivistämistä kuvaa seuraava esimerkki: Alkutekstissä kerrotaan kahdessa eri kohdassa, että kun mukaan lasketaan sekä opiskelut että työharjoittelut, Erasmus-opiskelijoiden määrä on kasvanut edellisestä lukuvuodesta 5,2 prosentilla, ja toisaalta kolmannessa kohdassa kerrotaan, että opetustehtäviin hakeutuneiden korkeakouluhenkilökuntaan kuuluvien määrä kasvoi edelleen yli viisi prosenttia. Lokalisoidussa tiedotteessa kaikki edellä mainittu oli tiivistetty yhteen virkkeeseen: *Kun uudet työharjoittelut lasketaan mukaan, sekä ohjelmaan osallistuneiden opiskelijoiden että opettajien määrä kasvoi noin 5 prosentilla edellisluvuoteen verrattuna.*

Tekstin tiivistämisen lopputulos saattaa kuitenkin tuntua lukijasta myös hämmentävältä: näin on tapauksessa, jossa lokalisoidun tiedotteen ingressissä kerrotaan kaksi lukuvuotta toimineiden työharjoittelujen olleen erityisen suosittuja, mutta leipätekstissä ei selitetä tätä suosiota tarkemmin

vaan työharjoitteluista kerrotaan vain niiden olleen ensimmäistä kertaa tarjolla ja niihin osallistuneiden opiskelijoiden lukumäärä sekä annetaan edellä esitetty virke ohjelman suosion kasvusta. Alkutekstissä on sen sijaan spekuloitu sillä, että ohjelman painopiste saattaa olla siirtynyt opiskelusta työharjoitteluihin, mutta suomalainen lukijahan ei tätä alkutekstiä näe vaan on lokalisoitun tiedotteen sisällön varassa.

Tiedotteessa on myös kahdessa kohdassa poikettu alkutekstin tietojen esittämisjärjestyksestä: Lokalisoituun tiedotteeseen on otettu mukaan muuten poisjätetystä komissaarin lausunnosta katkelma, jossa kuvataan juuri käynnistettyä julkista kuulemistä, mutta se on sijoitettu tiedotteen viimeiseksi kappaleeksi, kun alkutekstissä komissaarin lausunto tulee välittömästi ingressin jälkeen. Toinen kohta, jossa esitysjärjestys poikkeaa alkutekstistä, on kappale Erasmus-ohjelman rahoituksesta ja osallistujille annettavasta stipendistä (ks. alla).

Lokalisoidussa tiedotteessa on käytetty hyväksi alkutekstin kieliäsuua, jota muokattu tiiviimmäksi ja idiomaattisemmaksi. Seuraavassa esimerkissä kielellistä ilmaisua on muokattu sujuvammaksi mutta tekstikonvention muuttaminen numeron osalta otsikon tapaan on jostakin syystä jäänyt tekemättä:

*A: Nykyisin arviolta 4 prosenttia eurooppalaisista opiskelijoista saa **Erasmus-apurahan opintojensa jossakin vaiheessa.***

*L: Nykyisin noin 4 prosenttia eurooppalaisista opiskelijoista saa **Erasmus-apurahanopintojensa [sic] aikana.***

Seuraavassa tapauksessa alkutekstiä on tiivistetty jonkin verran ja pelkästään *tai*-sanana vaihto *ja*-sanaksi on tehostanut ilmaisua – väärinkäsitystähän vaihto ei tässä tapauksessa voi aiheuttaa:

*A: [...] Erasmus oli suosittu myös lukuvuonna 2007–2008: sen kautta lähti ulkomaille opiskelemaan **tai** opettamaan yli 162 000 eurooppalaista opiskelijaa ja 27 000 opettajaa.*

*L: Lukuvuonna 2007–2008 Erasmus-ohjelman kautta ulkomaille opiskelemaan **ja** opettamaan lähti yli 160 000 opiskelijaa ja 27 000 opettajaa.*

Seuraavassa esimerkissä asioiden esittämisjärjestyksestä on muutettu ja alkutekstin kapulakielimäinen tyyli on muokattu sujuvammaksi suomeksi – tosin maininta *liikkuvuustoimiin osoitettujen varojen määrän nostamisesta* on jäänyt myös lokalisoituun tiedotteeseen:

A: Myös Erasmus-opiskelijoiden kuukausiapuraha kasvoi huomattavasti, keskimäärin yli 250 euroon kuukaudessa, kun katsotaan molempien tyyppistä opiskelijaliikkuvuutta yhteensä. Tämä johtui liikkuvuustoimiin osoitettujen varojen reippaasta lisääntymisestä Erasmus-talousarviossa. EU:n elinikäisen oppimisen ohjelman myötä määrä nostettiin 372 miljoonaan euroon vuonna 2007.

L: Vuonna 2007 aloitetun EU:n elinikäisen oppimisen ohjelman myötä nostettiin liikkuvuustoimiin osoitettujen varojen määrä Erasmus-talousarviossa noin 370 miljoonaan euroon. Erasmus-opiskelijoiden keskimääräinen kuukausiapuraha kasvoikin huomattavasti, noin 250 euroon kuussa lukuvuonna 2007–2008.

Lokalisoidussa tiedotteessa on varsin lyhyet ja selkeät virkkeet, ja se on suhteellisen helpolukuinen huolimatta muutamista siinä esiintyneistä eurokielimäisistä ilmaisuista: *EU:n elinikäisen oppimisen ohjelman myötä nostettiin liikkuvuustoimiin osoitettujen varojen määrä; käynnistänyt julkisen kuulemisen parhaista tavoista ja EU:n korkeakoulutuksen liikkuvuus- ja yhteistyöohjelma Erasmus*. Viimeistä ilmaisua on kuitenkin hiukan muokattu alkuperäistiedotteen ilmaisusta *EU:n korkeasteen koulutuksen liikkuvuus- ja yhteistyöohjelma*. Valitettavasti *EU:n korkeakoulutuksen liikkuvuus- ja yhteistyöohjelma Erasmus* oli tiedotteen ainoa kohta, jossa selitettiin, mikä Erasmus oikeastaan on. Sen sijaan alkuperäistiedotteessa, Britannian tiedotteessa ja Irlannin tiedotteessa oli mukana taustatietokappale, joissa valotettiin ohjelman sisältöä. Suomen tiedotteesta taas sai vahvan vaikutelman, että se oli suunnattu niille, jotka jo tietävät, mikä Erasmus-ohjelma on.

6.4 Uimavesitiedote

6.4.1 Britannian edustuston lokalisoima versio

Alkuperäisen tiedotteen otsikko *Bathing water quality improving in the EU* oli lokalisoitu Britannian edustuston tiedotteessa muotoon *European Commission recognises excellence of UK bathing waters*, joka herättää erittäin positiivisia ajatuksia uimavesien laadusta Britanniassa. Lokalisoitu tiedote on päivätty alkuperäisen tiedotteen tapaan 11.6.2009.

Erasmus-tiedotteen tavoin tässäkin Britannian tiedotteessa on yhdistetty vahvasti lokalisoitu osa alkuperäiseen komission tiedotteeseen. Eurooppalaista ilmiötä ainoastaan paikallisesta näkökulmasta esittelevän lokalisoitun osan aluksi kerrotaan, kuinka suuri prosenttiosuus Britannian merenrantojen ja sisävesien uimapaikoista täytti vuonna 2008 EU:n uimaveden hygieniatason

vähimmäisvaatimukset kyseisenä päivänä julkaistun uimavesiraportin mukaan, ja lisätään, että suurin osa EU:n uimarannoista ylsi samaan saavutukseen. Kolmannessa kappaleessa lainataan komission Lontoon edustuston työntekijää Sarah Lambertia, joka toteaa, että taloudellisen tilanteen vuoksi monilla ei ehkä ole varaa lomailla sinä kesänä ulkomailla mutta että komission raportin mukaan rantaloma on mahdollinen myös Britanniassa sään salliessa. Neljännessä kappaleessa kuvataan Britannian uimavesien laadun kehitystä vuodesta 1990 lähtien ja todetaan, että tänä aikana yhtäkään brittirantaa ei ole suljettu hygieniapuutteiden vuoksi. Viidennessä kappaleessa kerrotaan, kuinka uimapaikkojen määrä on lisääntynyt Britanniassa vuodesta 1990 lähtien. Kuudennessa kappaleessa selitetään huomattava ero rannikolla sijaitsevien uimapaikkojen ja sisävesipaikkojen määrässä brittiläisellä perinteellä uida meressä. Lopuksi todetaan, kuinka suuren prosenttiosuuden Britannian 608 seurattua uimapaikkaa muodostivat koko EU:n seuratuista uimavesistä.

Lokalisoidun tiedotteen ensimmäisestä väliotsikosta lähtien teksti vastaa sanasta sanaan alkutekstiä. Alkutekstistä on jätetty pois vain ingressi sekä Euroopan ympäristökeskuksen edustajan kommentti uimavesiraportin ja keskuksen nettisivujen hyödyistä kansalaisille. Alkutekstissä on kaksi väliotsikkoa, joista toinen on muutettu lokalisoidussa versiossa: alkuperäistiedotteen väliotsikko *Twelve Member States monitoring under the new bathing directive* on korvattu yksinkertaisemmalla otsikolla *Quality criteria*. Lokalisoidun tiedotteen lisätietolinkit ovat samat kuin alkutekstissä eli linkki uimavesiraportin tiivistelmään ja maaraportteihin sekä Euroopan ympäristökeskuksen uimavesikarttoihin. Tiedotteen lopussa annetaan Lontoon tiedotustoimiston yhteystiedot lisätietojen kysymistä varten.

Muiden brittitiedotteiden tapaan tässäkin tiedotteessa ei ole tärkeimmät asiat tiivistävää ingressiä. Lokalisoidun osan yhdistäminen alkuperäiseen tiedotteeseen esti tässäkin tiedotteessa Erasmus-tiedotteen tapaan ”käänteinen pyramidin” periaatteen toteutumisen, ja tämän seurauksena jotkin tiedot esiintyivät tiedotteessa oudolta tuntuvalle järjestyksessä. Koska tässä tiedotteessa ei ole yhtä paljon toistoa kuin Erasmus-tiedotteessa, ongelma on vähäisempi, mutta esimerkkinä mainittakoon välittömästi lokalisoidun – eli Britannian uimavesistä kertovan – osuuden jälkeen tuleva kappale, jossa kuvaillaan, kuinka joka kesä miljoonat eurooppalaiset suuntaavat uimarannoille ottamaan aurinkoa ja vilvoittelemaan vedessä ja kuinka komissio julkaisee vuosittain kansalaisten käyttöön raportin uimavesien tilasta jäsenvaltioilta saamiensa tietojen pohjalta. Tämän jälkeen kerrotaan, että tänä vuonna raportin laati Euroopan ympäristökeskus, vaikka ympäristökeskus ja komissio on mainittu raportin julkaisijoiksi jo lokalisoidun osuuden avauskappaleessa. Kuitenkin tässä alkutekstin ensimmäisessä kappaleessa on sellaista tietoa, jota lokalisoidussa osuudessa ei esiinny,

joten hienoinen muokkaus olisi varmasti riittänyt tekemään kappaleesta kontekstiin sopivamman. Myös tämä tiedote vaikuttaa liian pitkältä, jotta se julkaistaisiin tässä muodossa tiedotusvälineissä.

Vahvan lokalisoinnin vuoksi uudelleenkirjoitetussa osuudessa ei ole suoraan hyödynnetty alkutekstin kieliasua lukuun ottamatta tiedotteen toisen kappaleen muodostavaa ympäristökomissaarin lausuntoa, joka on kopioitu lyhentämättömänä alkutekstistä. Lokalisoidun tiedotteen kieli on pääosin suhteellisen neutraalia, mutta otsikosta ja muutamasta virkkeestä käy silti selvästi ilmi kirjoittajan tyytyväisyys vedenlaatuun: *European Commission recognises excellence of UK bathing waters; UK bathing waters have been of high quality ever since monitoring began in 1990 ja [i]n addition to enjoying high-quality swimming water, UK beach-goers are also able to choose from an increasing number of swimming sites.* Näissä ylistyksissä on mukana sisällön manipulointia, sillä EU:n keskiarvot merenrantojen ja sisävesien uimapaikkojen osalta on mainittu ainoastaan alkuperäisestä versiosta peräisin olevassa osuudessa, joten lukija ei välttämättä huomaa, että Britannia itse asiassa jäi 95,5 ja 91,7 prosentin tuloksillaan hienoisesti jälkeen eurooppalaisista keskiarvoista: *[In the EU] Compliance with mandatory values (minimum quality requirements) increased over the 1990 to 2008 period from 80% to 96% and from 52% to 92% in coastal and inland waters respectively.*

Edellä mainittuun brittiläisten uimavesien laadun ylistykseen liittyen oli myös kiinnostavaa havaita, kuinka alkuperäistiedotteen ingressin kieliasua on hyödynnetty lokalisoidun tiedotteen aloituksessa:

*A: The annual bathing water report presented today by the European Commission and the European Environment Agency reveals that **the large majority of bathing sites across the European Union met EU hygiene standards in 2008.** During that bathing season some **96% of coastal bathing areas and 92% of bathing sites in rivers and lakes complied with minimum standards.** [...]*

*L: The annual bathing water report presented today by the European Commission and the European Environment Agency reveals that in 2008 **95.5% of the UK's coastal bathing areas and 91.7% of bathing sites in rivers and lakes complied with the minimum standards for the hygiene of bathing water.** This good result was echoed across the whole EU, where **the large majority of bathing sites met EU hygiene standards in 2008.***

6.4.2 Irlannin edustuston lokalisoima versio

Alkuperäistiedotteen otsikko *Bathing water quality improving in the EU* oli vaihdettu Irlannin edustuston tiedotteessa puhekieliseen ja uimaan houkuttelevaan fraasiin *Come on in - the water's lovely!* Lokalisoitu tiedote oli päivätty alkuperäisen tiedotteen tapaan 11.6.2009.

Irlannin tiedote jakautuu rakenteeltaan selvästi kahteen osaan: Britannian Erasmus- ja uimavesi-tiedotteiden tapaan tässäkin tiedotteessa lokalisoitu osa on yhdistetty komission alkuperäiseen tiedotteeseen. Lokalisoitu osa poikkeaa kuitenkin merkittävästi muista tässä tutkielmassa tarkastelluista lokalisoituista teksteistä: tiedotteen ainoa paikallisiin oloihin sovitettu piirre on linkki edellisellä viikolla julkaistuun Irlannin maaraporttiin, ja lokalisointi onkin pääasiassa ollut tekstin tuomista tyyllillisesti lähelle lukijaa, esimerkkeinä tiedotteen otsikon kanssa samantyylinen avausvirke *Wondering if that blue water at your holiday destination is as clean as it looks in the brochure?* ja sitä seuraava, lukijaa suoraan (*you can check out*) puhutteleva virke, jonka mukaan kyseisestä päivästä lähtien lukija voi tarkastaa veden laadun kaikilta EU:n uimarannoilta klikkaamalla Euroopan ympäristökeskuksen interaktiivista karttaa. Vaikka tekstissä mainitaankin, kuinka suuri osa tutkituista uimarannoista täytti vähimmäisvaatimukset, kuinka komissio julkaisee vuosittain raportin uimavesien laadusta ja kuinka uimavesien laatu on parantunut koko Euroopassa vuodesta 1990, teksti ei keskity asiapitoiseen raportointiin vaan korostaa unionin asemaa uimavesien laadun ja turvallisuuden takaajana, kuten näkyy seuraavista ilmaisuista:

There are strict EU rules about bathing water quality. And the good news is that most bathing places in the EU come up to standard.

Samples are taken right through the summer to make sure that the millions of seaside holiday makers are safe.

And a new Directive will soon give a lot more information to the public as well as bring rules into line with the latest scientific information.

Rakenteellisesti tiedote muodostuu yllä kuvatusta lokalisoitusta osuudesta, jota seuraa väliotsikon *More detail* alle kopioitu katkelma alkutekstin leipätekstin kolmannen kappaleen viimeisestä virkkeestä aina tiedotteen loppuun saakka. Kappalejako on hieman muokattu, mutta itse tekstin kieliasu on aivan sama. Lopuksi annetaan samat lisätietolinkit kuin alkutekstissäkin.

Varsin arkikielisen ja lukijaa lähelle tulevan lokalisoidun osan yhdistäminen alkuperäiseen tiedotteeseen synnyttää hivenen oudolta vaikuttavan lopputuloksen, mutta toisaalta alkuperäisen tiedotteen sisältö tarjoillaan tässä tapauksessa vain lisätietona asiasta kiinnostuneille. Yhdistämisen seurauksena tiedote on brittitiedotteiden tapaan hieman pitkä ja siinä on jonkin verran toistoa: lokalisoidun osan lopussa on esimerkiksi tieto siitä, että uimavesien laatu on parantunut vuodesta 1990 lähtien ja toisaalta alkutekstistä kopioidussa osassa kerrotaan uimavesien laadun parantuneen huomattavasti vuodesta 1990 lähtien. Tiedotteen voidaan silti katsoa noudattavan pääpiirteittäin ”käänteisen pyramidin” periaatetta, koska tärkeitä tietoja on vain kourallinen (uimavesiraportin ja interaktiivisten karttojen julkaiseminen sekä niiden EU-alueen uimavesien osuudet, jotka täyttävät vähimmäisvaatimukset) ja koko lopputeksti muodostuu tarkentavista ja taustoittavista yksityiskohdista. Muiden irlantilaisten tiedotteiden tapaan tässäkään ei ole tärkeimmät asiat tiivistävää ingressiä. Sisällön puolesta tiedote tarjoaa lukijalle kaikki samat tiedot kuin alkutekstikin, ja lisäksi siinä on alkuperäistekstistä poiketen maininta, että vesinäytteitä otetaan koko kesän ajan.

6.4.3 Saksan edustuston lokalisoima versio

Alkuperäistiedotteen otsikko *Bessere Qualität der Badegewässer in der EU* oli lokalisoitu Saksan edustuston tiedotteessa muotoon *Deutsche Badegewässer besonders sauber*. Otsikko herättää erittäin positiivisia tunteita maan uimavesien laadusta Britannian ja Suomen (ks. alla) tiedotteiden otsikoiden tapaan. Lokalisoitu tiedote on päivätty alkuperäistiedotteen tapaan 11.6.2009.

Lokalisoitu tiedote noudattaa rakenteeltaan ”käänteistä pyramidia”: varsinaista ingressiä tiedotteessa ei tosin ole, mutta ensimmäisessä kappaleessa kerrotaan itse uutinen (ilmoitus, että komission ja Euroopan ympäristökeskuksen julkaiseman raportin mukaan suurin osa EU-alueen uimavesistä vastaa EU:n hygieniavaatimuksia, Saksan tulokset verrattuna koko EU:n tuloksiin ja uimavesiraportin hyödyllisyys vuosittain miljoonille rannalla kävijöille) ja kaksi viimeistä kappaletta tarjoavat asiaa koskevia taustatietoja (missä maissa oli eniten tutkittuja rannikko- ja toisaalta sisävesiä, miten uimavesien laatu on muuttunut EU:ssa vuodesta 1990 ja Saksassa edellisestä vuodesta sekä miten tutkimus toteutettiin).

Lokalisointiprosessin aikana tiedotteeseen on lisätty selvä saksalainen näkökulma aiheeseen: ensimmäisessä kappaleessa ilmoitetaan, kuinka monta saksalaista uimarantaa oli tutkimuksessa mukana ja kuinka Saksa pärjäsi tutkimuksessa erityisen hyvin, ja lisäksi todetaan, kuinka monta

prosenttia Saksan ja EU:n rannikko- ja sisävesistä täytti EU-säännöt. Kappaleessa ilmoitetaan selvästi, että saksalaiset uimavedet ovat puhtaampia kuin EU:n keskiarvo, mutta silti jää epäselväksi, kuinka lähellä Euroopan kärkeä Saksan uimavedet ovat. Toisessa kappaleessa kerrotaan, kuinka suuri prosenttiosuus koko EU:n tutkituista vesistä sijaitti Saksassa, ja selvitetään saksalaisten uimavesien laadun kehitystä edelliseen vuoteen verrattuna. Lopuksi annetaan linkki Saksan maakohtaiseen raporttiin. Lisäksi Saksa mainitaan tiedotteessa Ranskan ohella maana, jossa sijaitti eniten tutkituista sisävesirannoista, mutta tämä virke esiintyi myös alkutekstissä.

Tiedotetta on lokalisoitu myös jättämällä pois saksalaislukijoille epätarkoituksenmukaisiksi miellettyjä alkutekstin yksityiskohtia, kuten kuinka paljon uusia rantoja otettiin seurantaan vuonna 2008, mikä oli tutkimuksessa käytetty uimarannan määritelmä, millainen on vuonna 2006 voimaan tullut uusi uimavesidirektiivi ja mitkä maat jo soveltavat sitä uimaveden laadun seurannassa. Lisäksi Euroopan ympäristökeskuksen edustajan lausunto on kokonaan poistettu, ja ympäristökomissaarin lausuntoa on Erasmus-tiedotteen tapaan lyhennetty – mukaan on otettu kohta, jossa komissaari ilmaisee tyytyväisyyttään uimavesien laadun paranemisesta, ja poistettu kohta, jossa komissaari selittää uimaveden laadun olevan merkittävä tekijä kansalaisten ja ympäristön, mukaan lukien muut vedet, hyvinvoinnille. Samalla komissaarin lausunnon johtolausetta on selvästi tuotu keskimääräistä lukijaa lähemmäksi:

A: *Hierzu erklärte EU-Umweltkommissar Stavros Dimas: [...]*

L: *EU-Umweltkommissar Stavros Dimas begrüßte die Ergebnisse: [...]*

Alkutekstin esittämisjärjestyksestä on lokalisoidussa versiossa poikettu siinä, että alkutekstissä laajan tausta-tieto-osuuden alussa esitetyt selitykset vuosittain julkaistavasta uimavesiraportista ja uusimman raportin julkaisijasta on laitettu taustatiedoiksi aivan lokalisoidun tiedotteen loppuun. Tyyliään tiedote on neutraali ja raportoiva, mutta sen lukemista hankaloittavat jonkin verran varsin pitkät tekstikappaleet. Lokalisoidun tiedotteen kieliasu on suurimmalta osalta aivan sama kuin alkutekstin kieliasu, lukuun ottamatta tekstikonventioiden muutoksia: alkutekstin 96 % oli lokalisoidussa tiedotteessa muodossa 96 Prozent ja alkutekstin 21 400 EU-weit überwachten Gebiete oli muutettu muotoon 21.400 EU-weit überwachten Gebiete. Vaikka virkkeiden kieliasu olikin suurimmaksi osaksi alkutekstin mukainen, virkkeet on yhdistelty kappaleiksi uudella tavalla: kolmas kappale on muodostettu yhdistämällä virkkeitä kahdesta alkuperäistiedotteen kappaleesta, ja toinen kappale on muodostettu lähes kokonaan alkuperäisen tiedotteen kahden kappaleen virkkeistä.

Ensimmäisessä kappaleessa on kolme virkettä, joita on lokalisointiprosessin aikana muokattu. Tiedotteen kahden ensimmäisen virkkeen byrokraattista kieltä on yksinkertaistettu, ja virkkeiden järjestys on vaihdettu: alkuperäinen tiedote toteaa ensin, että komissio ja Euroopan ympäristökeskus ovat julkaisseet uimavesiraportin, ja vasta sitten, että raportin mukaan suurin osa Euroopan uimavesistä vastasi EU:n hygieniavaatimuksia. Lokaloitu tiedote taas alkaa uutisella, että suurin osa Euroopan uimavesistä on hyvälaatuisia ja että ne vastaavat EU:n hygieniavaatimuksia, ja sitten vasta kerrotaan, että nämä tiedot ovat peräisin uimavesiraportista. Lisäksi lokalisoidussa versiossa käytetään preesens-muotoisia verbejä, kun taas alkutekstin verbit ovat menneessä aikamuodossa. Tuloksena on näin alkutekstiä tehokkaampi aloitus:

*A: Heute **haben** die Europäische Kommission und die Europäische Umweltagentur den jährlichen Bericht über die Qualität der Badegewässer **vorge**stellt. Aus dem Bericht geht hervor, dass die **überwiegende Mehrzahl** der Badeorte in der EU 2008 den Hygienestandards entsprachen.*

L: Die weitaus meisten Badegewässer in Europa haben eine gute Qualität und entsprechen den Hygienestandards der EU. Das geht aus dem Jahresbericht von EU-Kommission und Europäischer Umweltagentur über die Qualität der Badegewässer 2008 hervor.

Lisäksi lokalisoidun tiedotteen ensimmäisen kappaleen lopetusvirke on tiivistetty versio alkuperäisen tiedotteen ingressin virkkeestä. Samalla esimerkistä näkyy tiedotteen keskeisen termin lokalisointi: lokalisoidussa versiossa on käytetty ilmausta *der Badegewässerbericht*, kun taas alkutekstissä käytetyt termit ovat *der Bericht über die Qualität der Badegewässer* ja *der Bericht*.

A: Der Bericht gibt den Millionen von Besuchern, die jeden Sommer an die europäischen Strände kommen, nützliche Informationen zur Wasserqualität an die Hand.

L: Der Badegewässerbericht gibt jeden Sommer Millionen von Strandurlaubern nützliche Informationen zur Wasserqualität.

6.4.4 Suomen edustuston lokalisoima versio

Alkuperäistiedotteen otsikko *Uimavesien laatu yhä parempi EU:ssa* oli lokalisoitu Suomen edustuston tiedotteessa muotoon *Suomen uimavedet kirrkaasti EU-kunnossa*. Lokalisoitua otsikkoa voi luonnehtia eräänlaiseksi sanaleikiksi: sana *kirrkaasti* voidaan nähdä sanan *selvästi* synonyymina, ja samalla se viittaa myös veden puhtauteen, sillä puhdas vesihän on kirkasta. Lokalisoitu tiedote on päivätty alkuperäistiedotteen tapaan 11.6.2009.

Lokalisoitu tiedote noudattaa poikkeuksellisen selvästi ”käänteisen pyramidin” periaatetta: kahdessa ensimmäisessä kappaleessa kerrotaan itse uutinen (alla esiteltävät tiedot Suomen tuloksista, EU:n alueella tutkittujen uimarantojen lukumäärä ja vaatimukset täyttäneiden rantojen osuus kaikista rannoista) ja lopuissa kappaleissa taustatietoa (EU:n uimavesien laadun paraneminen vuodesta 1990, lyhyt selitys siitä, mikä uimavesiraportti on, ja kuka Suomessa vastaa veden laadun valvonnasta). ”Käänteinen pyramidi” on saatu aikaan muuttamalla huomattavasti alkuperäisen tiedotteen rakennetta ja asioiden esittämisjärjestystä (ks. tarkemmin alla).

Lokalisoidussa tiedotteessa on selvästi esillä suomalainen näkökulma aiheeseen, sillä koko ingressi käsittelee Suomen uimavesiä: aluksi todetaan, että EU:n kyseisenä päivänä julkaiseman uimavesiraportin mukaan Suomen uimarannat täyttävät EU:n hygieniavaatimukset. Seuraavaksi kerrotaan vuonna 2008 Suomessa seurattujen merenrantojen ja sisävesirantojen lukumäärät ja kuinka moni näistä täytti vähimmäisvaatimukset ja kuinka moni tiukemmat ohjeavot, ja todetaan tuloksen olevan Suomen paras koko EU-kaudella. Neljännessä kappaleessa taas ilmoitetaan, ketkä Suomessa valvovat uimarantojen veden laatua ja mikä taho on koonnut Suomen tiedot raporttiin. Leipätekstin lukijalle tarjotaan linkit uimavesidirektiivin (tätä linkkiä ei ole alkuperäisessä tiedotteessa) ja Euroopan ympäristökeskuksen uimavesisivujen lisäksi Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen sivuille – tiedotteen lopussa taas on alkutekstin tapaan linkki uimavesiraportin tiivistelmään ja maaraportteihin. Lokalisoinniksi voi luokitella myös sen, että tiedotteessa kutsutaan julkaistua raporttia EU:n uimavesiraportiksi eikä siinä yksilöidä, että julkaisijat ovat komissio ja Euroopan ympäristökeskus, ja sen, että ilmaisu *jäsenvaltio* on muutettu ilmaisuksi *jäsenmaa*. Näin tekstiä on muokattu ”tavalliselle” eli EU:n yksityiskohtaiseen toimintaan perehtymättömälle lukijalle tarkoituksenmukaisemmaksi.

Lokalisoituun versioon on myös tarkoin valikoitu alkuperäisen tiedotteen olennaisin sisältö: tiedotteessa ei kerrota sitä, missä maissa on eniten merenrannalla ja missä sisämaassa sijaitsevia

uimarantoja, kuinka paljon uusia rantoja otettiin seurantaan vuonna 2008, kuinka paljon vaatimusten mukaisten uimapaikkojen osuus kasvoi välillä 2007–2008 sisävesirannoilla ja merenrannoilla, mikä oli tutkimuksessa käytetty uimarannan määritelmä, millainen on vuonna 2006 voimaan tullut uusi uimavesidirektiivi ja mitkä maat jo soveltavat sitä uimavesien laadun seurannassa. Myös ympäristökomissaarin ja Euroopan ympäristökeskuksen edustajan kommentit on karsittu lokalisoidusta tiedotteesta. Lisäksi on jätetty pois tunteisiin vetoava katkelma miljoonista eurooppalaisista uimarannoille menijöistä, jotka hyötyvät komission uimavesiraportin tiedoista.

Lokalisoidun tiedotteen asioiden esittämisjärjestys eroaa huomattavasti alkutekstistä. Saksan tiedotteen tapaan Suomen tiedotteen alun esitysjärjestystä on muutettu: ensin kerrotaan Suomen uimavesien täyttävän EU:n hygieniavaatimukset ja vasta sitten ilmoitetaan, että tiedot käyvät ilmi EU:n uimavesiraportista, kun taas alkuteksti kertoi ensin raportin julkaisusta ja vasta sitten EU:n uimavesien hygieniavaatimusten täyttymisestä. Lisäksi alkutekstissä kerrotaan suhteellisen alussa, että komissio julkaisee vuosittain raportin uimavesien laadusta jäsenvaltioiden toimittamien tietojen pohjalta ja että tänä vuonna raportin on laatinut Euroopan ympäristökeskus, jonka sivuilla on tietoa uimarannoista. Lokalisoidussa versiossa nämä tiedot tulevat tekstin lopussa taustatietoina. Lisäksi lokalisoidussa versiossa kerrotaan (alkutekstissä jo ingressissä ilmoitetut) vaatimukset täyttäneiden merenrantojen ja sisävesien prosenttiosuudet sen jälkeen, kun on kerrottu seurattujen uimapaikkojen lukumäärä ja annettu merenrantojen ja sisävesien osuudet uimapaikoista sekä kuvattu yleisellä tasolla uimavesien tutkimusta. Alkutekstissä tutkimusten kuvailu esitettiin vasta taustatietona.

Tiedotteessa käytetty kieli on neutraalia ja raportoivaa, mutta se ei kuitenkaan vieraannuta lukijaa samalla tavalla kuin Erasmus-tiedote toimivamman lokalisoinnin ansiosta. Teksti on myös helppolukuista, vaikka tiedotteessa onkin selvästi hyödynnetty alkuperäisen tiedotteen kieliasua, tosin muuttamalla yksittäisiä sanoja ja yksinkertaistamalla joitakin ilmauksia. Alla on esimerkkejä tällaisesta muokkauksesta:

*A: **Seurannan alaisia** uimarantoja oli Euroopan unionissa vuonna 2008 yhteensä 21 400.*

*L: **Seurattavia** uimarantoja oli Euroopan unionissa vuonna 2008 yhteensä 21 400.*

A: Uimaveden laadun määrittämisessä käytetään useita fysikaalisia, kemiallisia ja mikrobiologisia muuttujia, joille on uimavesidirektiivissä vahvistettu **pakolliset arvot**.

L: Uimaveden laadun määrittämisessä käytetään useita fysikaalisia, kemiallisia ja mikrobiologisia muuttujia, joille on uimavesidirektiivissä vahvistettu **vähimmäisvaatimukset**.

A: [...] komissio julkaisee **joka vuosi** raportin rannikoiden ja sisämaan uimarantojen laadusta. Se perustuu **tietoihin, joita jäsenvaltiot ovat toimittaneet alueensa uimarannoista**.

L: Komissio julkaisee **vuosittain** raportin merenrantojen ja sisävesirantojen uimaveden laadusta. Raportti perustuu **jäsenmaiden toimittamiin tietoihin**.

6.5 Hätänumerotiedote

6.5.1 Britannian edustuston lokalisoima versio

Alkuperäistiedotteen otsikko 112: *Commission says EU single emergency number must get multilingual* on Britannian edustuston lokalisoimassa tiedotteessa jätetty alkuperäiseen muotoonsa. Lokalisoitu tiedote on alkuperäisen tiedotteen tapaan päivätty 11.2.2009.

Britannian edustuston tiedote on itse asiassa hyvin pitkälti sama teksti kuin alkuperäinen tiedote. Lokalisoitun tiedotteen koko teksti on sanasta sanaan alkuperäisestä tiedotteesta lukuun ottamatta alkutekstin ingressiin lisättyä yhtä virkettä, joka kuvaa hätänumeron tunnettuutta Britanniassa: *Only 8% of UK citizens know what 112 is*. Lisäksi tekstin lopussa annetaan muiden Britannian tiedotteiden tapaan Lontoon tiedotustoimiston yhteystiedot lisätietojen kysymistä varten. Muu tiedotteen lokalisointi onkin ollut brittilukijoille tarpeettomiksi katsottujen alkutekstin tietojen poistamista: näitä ovat esimerkit siitä, miten eri maat tiedottavat hätänumerosta (esimerkkien joukossa on Suomen 112-päivä ja Bulgariaan saapuville turisteille lähetettävä tervetulotekstiviesti, jossa tiedotetaan hätänumerosta) sekä luettelo niistä maista, joissa hätänumeron tunnettuus on vuodessa lisääntynyt yli 10 prosenttia. Taustatiedoista on karsittu maininta rikkomuskanteista 15 maata vastaan hätänumeron toimintaongelmien vuoksi sekä luettelot niistä maista, joissa 112 on pääasiallinen kansallinen hätänumero, ja niistä, joissa se on ainoa hätänumero tietyille palveluille. Alkuperäisen tiedotteen neljästä lisätietolinkistä – linkit komission 112-sivulle, 112-numeron

toimintaa eri maissa esittelevälle sivulle, lapsille suunnatulle 112-sivulle sekä aihetta käsittelevään muistioon – on poistettu linkki muistioon, ja lisäksi on jätetty pois alkutekstin yhteydessä ollut tietopaketti hätänumeron monikielisestä toiminnasta eri EU-maissa. Näin lokalisoidusta tiedotteesta on tullut alkutekstiä lyhyempi ja hieman tiiviimpi, mikä tekee siitä myös alkutekstiä helpommin luettavan. Teksti on myös kieliasultaan varsin selkeä, vaikka se on kopioitu suoraan alkuperäisestä tiedotteesta: siinä ei ole teknisiä tai byrokraattisia ilmaisuja – alkutekstin ainoa EU-tyylinen ilmaisu *infringement proceeding* ('rikkomuskanne') – on jätetty lokalisoidusta versiosta pois.

Alkuperäisen tiedotteen asioiden esittämisjärjestystä tarkkaan noudattava lokalisoitu tiedote ei vastaa rakenteeltaan ”käänteistä pyramidia”: Tiedote alkaa vanhan asian kertomisella – EU:n yhteinen hätänumero ollut käytössä joulukuusta 2008 – ja tulee sitten nykypäivään toteamalla, että numero ei ole laajasti tunnettu ja että monikielisen palvelun toteuttamisessa on ongelmia. Toisaalta ensin kerrotaan, kuinka suuri osuus eurooppalaisista pitää yhteistä numeroa hyödyllisenä ajatuksena, minkä jälkeen raportoidaan hätänumeron kieliongelmat ja vasta tämän jälkeen kerrotaan hätänumeron tunnettuus EU:ssa, mikä vie viestiltä tehoa. Lisäksi komissaarin lyhentämätön hätänumeron toimintaa ja kansalaisten turvallisuutta korostava lausunto tulee välittömästi ingressin jälkeen eli sitä on pidetty tärkeimpänä uutista taustoittavana elementtinä (tosin tämä näyttää olevan komission alkuperäisissä tiedotteissa vakioimuotoilu).

6.5.2 Irlannin edustuston lokalisoima versio

Alkuperäistiedotteen otsikko *112: Commission says EU single emergency number must get multilingual* oli muokattu Irlannin edustuston lokalisoimassa tiedotteessa lukijaa suoraan puhuttelevaan ja puhekielimäiseen muotoon *Need Emergency services in the EU? Dial 112*. Lokalisoitu tiedote oli päivätty alkuperäisen tiedotteen tapaan 11.2.2009. Lisäksi tiedotteen yhteyteen on liitetty Euroopan unionin kartta, jonka päälle on muodostettu kolmesta puhelimen näppäimestä numero 112.

Lokalisoitun tiedotteen rakenne noudattaa pääpiirteittäin ”käänteisen pyramidin” ideaa, sillä tärkeimmät asiat (numeron huono tunnettuus ja teemapäivä, jonka tarkoituksena levittää tietoa numerosta ja varmistaa monikielinen palvelu hätäkeskuksissa) on selvästi kerätty tiedotteen alkuun ja taustoittavat yksityiskohdat (numeron toiminta ilmaiseksi ja soittajan omalla kielellä sekä keskuksen mahdollisuus paikantaa soittaja, linkki Eurobarometri-tutkimukseen, johon esitetyt

tulokset perustuvat, ja taustatietokappaleessa numeron historia ja nykyinen toiminta) esitetty myöhemmin. Lisätietolinkkeinä annetaan linkki komission omalle 112-sivulle sekä 112:n toimintaa eri EU-maissa esittelevälle sivulle.

Tiedotteeseen on tuotu mukaan jonkin verran irlantilaista näkökulmaa: ensimmäisen kappaleen lopussa kerrotaan, että vain 16 prosenttia irlantilaisista tietää hätänumerosta ja mainitaan, että tämä on EU:n kuudenneksi alhaisin tulos. Sen sijaan 90 prosenttia irlantilaisista pitää yhteistä hätänumeroa hyvänä ajatuksena. Lokalisoinnin vaikutusta korostaa se, että Irlannin tiedotteessa ei mainita lainkaan, että eurooppalaisista 24 prosenttia tietää numerosta 112, ja näin Irlannin luku on ainoa tekstissä esitetty tieto hätänumeron tunnettuudesta. Lisäksi juuri ennen taustatieto-osaa tarjotaan linkki äänitiedostoon, jolla Irlannin edustuston tiedottaja Philippe Carr selostaa, kuinka hätänumero 112 toimii. Irlantilaisen näkökulman mukaan tuomisen lisäksi tiedotteen ensimmäistä kappaletta – joka pohjautuu alkutekstin ingressiin – on myös muokattu tyyllillisesti keskivertolukijaa lähemmäksi tunnepitoisemman kielen ja suoran puhuttelun avulla. Samalla alkuperäistekstin amerikkalainen kirjoitusasu *dialing* on muutettu brittienglannin muotoon *dialling* – Britannian tiedotteessa kirjoitusasua ei ollut muutettu:

*A: Since December 2008, EU citizens can contact emergency services from anywhere in the European Union by **dialing** 112, the EU-wide emergency number, free of charge from both fixed and mobile phones. **But**, only one in four Europeans knows that this life-saving number exists in other Member States [...].*

*L: **Not a lot of people know that** since December 2008, you can contact emergency services in any EU language from anywhere in the EU by **dialling** 112, the European wide emergency number. **Amazingly**, only one in four Europeans knows that this life-saving number exists.*

Irlannin tiedotteeseen on laitettu alkuperäisen tekstin ulkopuolelta viidenneksi kappaleeksi maininta siitä, että kyseisenä päivänä käynnistetyn kampanjan tarkoituksena on saada ihmiset tietoisiksi palvelusta ja saada heidät tallentamaan hätänumero matkapuhelimeensa. Sisällön muokkauksesta antaa esimerkin tiedotteen neljännessä kappaleessa esiintynyt väite *The 112 number is available in all EU language [sic] [...] When a citizen calls the number they will be able to speak to an operator in their own language and order emergency services*, joka on mielenkiintoinen siitä syystä, että alkuperäinen tiedote korosti jo otsikkovalinnallaan, että tämä väittämä ei ole ainakaan vielä todellisuutta. Irlannin tiedotteesta on sen sijaan karsittu pois kaikki kieliongelmiin viittaavat kohdat (lukuun ottamatta komissaarin mainintaa siitä, että hätäkeskusten on pystyttävä palvelemaan

nykyistä useammalla kielellä – jo tämän seikan pitäisi hämmentää tarkkaavaista lukijaa), ja siinä korostetaan puolestaan numeron olemassa oloa ja tunnettuutta.

Kieliongelmiin lisäksi lokalisoidusta tiedotteesta on jätetty pois maininnat siitä, kuinka moni eurooppalainen tiesi hätänumerosta ja paljonko tunnettuus vaihteli EU:ssa, miten eri valtiot tiedottavat hätänumerosta, missä maissa väestöstä yli 10 prosenttia enemmän tiesi numerosta vuonna 2008 kuin 2007, kuinka moni eurooppalainen oli soittanut johonkin hätänumeroon viiden viimeisen vuoden aikana ja kuinka suuri osa hätäpuheluista tuli lanka- ja kuinka suuri osa matkapuhelimista. Myös alkuperäisen tiedotteen yhteydessä olleet tiedot hätänumeron monikielisestä toiminnasta eri EU-maissa on jätetty pois. Alkutekstin lisätietolinkeistä on jätetty pois lasten infosivusto ja aiheeseen liittyvä muistio. Sen sijaan asioiden esittämisjärjestys oli lokalisoidussa tiedotteessa sama kuin alkutekstissä.

Lokalisoidussa tiedotteessa käytetty kieli on otsikkoa ja ensimmäistä kappaletta lukuun ottamatta neutraalia ja raportoivaa. Lokalisoidun tiedotteen laadinnassa on käytetty hyväksi alkutekstin kieliasua, sillä lokalisoituun tiedotteeseen on kopioitu suoraan alkutekstistä osa ingressiä, alkutekstin kaksi ensimmäistä kappaletta sekä taustatietoluku kokonaan. Tekstissä ei silti ole havaittavissa eurokielen piirteitä.

6.5.3 Saksan edustuston lokalisoitu versio

Alkuperäistiedotteen otsikko *Notruf 112: Kommission fordert Mehrsprachigkeit für einheitlichen europäischen Notruf* on muokattu Saksan edustuston lokalisoidussa tiedotteessa huomattavasti yksinkertaisempaan muotoon *Europaweiter Notruf 112 in allen Sprachen*. Lokalisoitu tiedote oli päivätty alkuperäisen tiedotteen tapaan 11.2.2009.

Lokalisoitu tiedote noudattaa tarkoin ”käänteisen pyramidin” rakennetta: Ensimmäiseen kappaleeseen on kerätty tärkeimmät uutiset, jotka raportoidaan lyhyesti: hätänumero-teemapäivä, hätänumeron yleinen tunnettuus sekä soittajien kohtaamat kieliongelmat. Kahdessa muussa kappaleessa käsitellään tarkentavia ja taustoittavia tietoja (Eurobarometri-kyselyyn pohjautuvia hätänumeron tunnettuuteen ja monikielisyyteen liittyviä numerotietoja, viimeisten viiden vuoden aikana johonkin hätänumeroon soittaneiden kansalaisten prosenttiosuus, matka- ja lankapuhelimista tulleiden soittojen prosenttiosuudet sekä yhteisen hätänumeron historia pääpiirteittäin). Lisätieto-

linkkeinä tarjottiin linkit komission 112-sivulle, alkuperäisen tiedotteen saksankieliseen versioon ja usein kysytyjen kysymysten englanninkieliseen muistioon.

Lokalisoidussa tiedotteessa on vain yksi saksalaista näkökulmaa esiintuva piirre: tiedotteen lopussa oleva lisätietolinkki, joka johtaa 112:n toimintaa Saksassa esittelevälle sivulle. Tässä Saksan tiedote poikkeaa muista kolmesta tarkastellusta tiedotteesta, sillä muissa oli linkki numeron toimintaa EU-maissa esittelevälle sivustolle, jonka maalistasta lukijan on itse valittava haluamansa maa. Pääasiassa lokalisointi on tämän tiedotteen tapauksessa tarkoittanut tekstissä esitettävien tietojen valikoimista ja tekstin tiivistämistä. Tekstistä on jätetty pois saksalaiselle lukijalle epätarkoituksenmukaisiksi mielletyt tiedot: esimerkit siitä, kuinka eri EU-maissa tiedotetaan yhteisestä hätänumerosta, luettelo niistä maista, joissa hätänumeron tunnettuus on vuodessa lisääntynyt yli 10 prosenttia, maininta rikkomuskanteista 15 maata vastaan hätänumeron toimintaongelmien vuoksi sekä luettelot niistä maista, joissa 112 on pääasiallinen kansallinen hätänumero, ja niistä, joissa se on ainoa hätänumero tietyille palveluille. Komissaarin lausuntoa on lyhennetty selvästi, ja mukana on ainoastaan kohta, jossa puhutaan kansalaisten turvallisuuden varmistamisesta. Lisätietolinkeistä on Irlannin tiedotteen tapaan karsittu lapsille suunnattu infosivu.

Lokalisoidun tiedotteen laadinnassa on hyödynnetty merkittävästi alkuperäisen tiedotteen kieliasua, mikä näkyy heti lokalisoidun tiedotteen alussa: ensimmäinen kappale on selvästi muotoiltu alkutekstin pohjalta, mutta tekstiä on tiivistetty ja selkeytetty huomattavasti pelkästään muuttamalla asioiden esittämisjärjestystä (tämä on samalla tiedotteen ainoa kohta, jossa on poikettu alkutekstin esittämisjärjestyksestä). Alkuperäisessä tiedotteessa selitetään jo muutaman kuukauden voimassa ollut tilanne, josta kansalaiset eivät kuitenkaan ole tietoisia ja toisaalta kolme kymmenestä numeroon soittajasta on kamppaillut kieliongelmiensa vuoksi. Nykyisen asian laidan vuoksi EU on julistanut helmikuun 11. päivän Euroopan-laajuiseksi teemapäiväksi, jonka tarkoituksena on parantaa yllä mainittuja epäkohtia. Lokalisoitu tiedote sen sijaan uutisoi ensin toiminnan: 11.2. on julistettu hätänumeron teemapäiväksi, jolla pyritään lisäämään numeron tunnettuutta ja parantamaan monikielistä palvelua, koska vaikka numero on ollut nyky muodossa käytössä jo muutaman kuukauden, sen tuntee vain joka neljäs eurooppalainen ja lisäksi numeroon soittaneista joka kolmas on kamppaillut kieliongelmiensa kanssa. Lukijan on huomattavasti helpompi seurata lokalisoitua tekstiä luonnollisemman – käänteisen pyramidin periaatetta noudattavan – esitysjärjestyksen sekä selkeämmän kieliasun ansiosta:

*A: Seit Dezember 2008 erreichen die EU-Bürger die Notrufdienste aus allen Fest- und Mobilfunknetzen überall in der Europäischen Union gebührenfrei unter der europaweit einheitlichen Notrufnummer 112. Aber nur jeder vierte Europäer weiß, dass diese lebensrettende Nummer auch in anderen EU-Ländern funktioniert, und nahezu 3 von zehn 112-Anrufern hatten in anderen Ländern mit Sprachproblemen zu kämpfen. **Gemeinsam mit dem Europäischen Parlament und dem Rat hat die Kommission heute den 11. Februar zum „Europäischen Tag des Notrufs 112“ erklärt, um die 112 überall besser bekannt zu machen und die nationalen Behörden zur Mehrsprachigkeit bei der Notrufbearbeitung zu drängen.***

*L: **Europaparlament, Rat und EU-Kommission haben den heutigen 11. Februar zum „Europäischen Tag des Notrufs 112“ erklärt. Damit soll die 112 besser bekannt gemacht und nationale Behörden zur Mehrsprachigkeit bei der Notrufbearbeitung gedrängt werden.** Denn obwohl es seit Dezember 2008 die gebührenfreie und europaweit einheitliche Notrufnummer 112 gibt, weiß nur jeder vierte Europäer, dass sie auch in anderen EU-Ländern funktioniert. Zudem hat jeder Dritte 112-Anrufer in anderen Ländern mit Sprachproblemen zu kämpfen. [...]*

Alkutekstin kieliasun hyödyntäminen näkyy lokalisoidussa tiedotteessa tämän aloituksen jälkeen entistä selvemmin: toinen kappale on yhtä virkettä lukuun ottamatta yhdistelty eri puolilta alkutekstiä poimituista virkkeistä ja kolmas kappale on alkutekstin ensimmäinen taustatietokappale. Laajasta alkuperäisen tekstimassan hyödyntämisestä huolimatta lokalisoidussa tiedotteessa ei ole erikoistermejä eikä byrokraattista eurokieltä. Tiedotteessa ei esimerkiksi mainita Eurobarometri-kyselyn nimeä, vaan puhutaan EU-komission teettämästä kyselystä (*Laut einer Umfrage im Auftrag der EU-Kommission*) ja komissaarin lausunnon johtolausetta on yksinkertaistettu:

A: [...] erklärte die für die Telekommunikation zuständige EU-Kommissarin Viviane Reding.

L: EU-Medienkommissarin Viviane Reding sagte [...]

6.5.4 Suomen edustuston lokalisoima versio

Alkuperäisen tiedotteen otsikko *Komissio haluaa EU:n yhteisen 112-hätäpuhelupalvelun monikieliseksi* oli muokattu Suomen edustuston lokalisoimassa tiedotteessa muotoon *EU viettää 112-päivää 11.2.* Tulkintojen ero johtuu siitä, että alkuperäisessä tiedotteessa on kaksi keskeistä pääasiaa: hätänumeron huono tunnettuus ja numerossa ilmennyt puutteellinen kyky palvella

monikielisesti. Suomen edustuston tiedote keskittyy hätänumerosta tiedottamiseen, mikä luonnollisesti näkyy myös valitussa otsikossa, kun taas alkuperäisen tiedotteen otsikko korostaa sisällön tavoin numeron kykyä palvella usealla kielellä. Suomen tiedotteen otsikossa on hauska lokalisoitu piirre myös siinä mielessä, että Suomessa on vietetty vuodesta 1997 lähtien kansallista 112-päivää, mihin viitataan myös itse tiedotteessa. Lokalisoitu versio on päivätty 10.2.2009, eli poikkeuksellisesti päivää aikaisemmin kuin alkuperäinen tiedote.

Lokalisoitu tiedote noudattaa rakenteeltaan ”käänteisen pyramidin” periaatetta: ingressissä kerrotaan kaikki tärkeimmät asiat (teemapäivä ja miksi sitä vietetään) sekä leipätekstissä tarkentavia ja taustoittavia tietoja (Eurobarometri-kyselyyn pohjautuvia hätänumeron tunnettuuteen ja monikielisyyteen liittyviä numerotietoja, viimeisten viiden vuoden aikana johonkin hätänumeroon soittaneiden kansalaisten prosenttiosuus, matka- ja lankapuhelimista tulleiden soittojen prosenttiosuudet, numeron 112 käyttöönottovuosi EU:ssa ja sen asema pääasiallisena kansallisena hätänumerona tietyissä maissa sekä maininta Suomen kansallisesta 112-päivästä).

Lokalisointiprosessin aikana tiedotteeseen on lisätty suomalaista näkökulmaa mainitsemalla tekstin viimeisessä kappaleessa, että *Suomessa on vietetty kansallista 112-päivää 11. helmikuuta vuodesta 1997* ja tarjoamalla samalla leipätekstissä linkki kansallisen päivän verkkosivuille. Lisäksi 112:sta pääasiallisen hätänumeronsa tehneistä maista tehdyllä listalla Suomi mainitaan ensimmäisenä, vaikka alkuperäisessä tiedotteessa se tulee toisena Tanskan jälkeen.

Suomen tiedotteen tapauksessa lokalisointi onkin pääasiassa toteutettu valitsemalla alkuperäisestä tiedotteesta tärkeimmät tiedot ja laatimalla tiivis ja selkeä tiedote. Merkittävin osa tiedotteen lokalisointia on ollut poistaa suomalaiselle lukijalle epätarkoituksenmukaisiksi katsottuja alkutekstin yksityiskohtia. Näitä ovat a) joulukuusta 2008 lähtien kansalaiset ovat voineet saada apua hätätilanteessa kaikkialla EU:ssa ilmaiseksi sekä puhelintyypistä riippumatta numerosta 112, b) tietoyhteiskuntakomissaarin lausunto siitä, kuinka numero pitää tehdä tunnetummaksi Euroopassa ja kuinka kansalaisten turvallisuuden takaamiseksi on huolehdittava siitä, että hätäkeskukset lisäävät käyttämiensä kielten määrää, c) tieto siitä, kuinka monta prosenttia kansalaisista tunnisti numeron 112 spontaanisti numeroksi, josta he saavat apua hätätapauksissa, d) esimerkit siitä, miten eri maissa tiedotetaan hätänumerosta, e) missä maissa numeron tunnisti yli 10 prosenttia enemmän kansalaisista edelliseen vuoteen verrattuna, f) miten numerosta tiedottamista aiotaan lisätä etenkin ennen kesälomia, g) taustatietoja siitä, kuinka kauan numero on ollut ilmainen, kuinka kauan

matkapuhelinoperaattoreiden on ollut paikannettava hätänumerosta soittava ja kuinka komissio on nostanut rikkomuskanteita varmistaakseen numeron toimimisen kaikkialla EU:ssa.

Asioiden esitysjärjestys poikkeaa alkutekstistä kahdessa kohtaa: Ensimmäkin lokalisoitujen tiedotteiden ingressissä mainitaan ensin teemapäivä ja vasta sitten kerrotaan, että vain joka neljäs eurooppalainen tietää, että numero 112 on käytössä koko EU:n alueella, kun taas alkuperäisessä tiedotteesta mainitaan ensin eurooppalaiset ja vasta sitten teemapäivä. Toiseksi lokalisoitujen tiedotteiden leipätekstissä mainitaan ensin, että vain 24 prosenttia vastanneista osasi spontaanisti sanoa, että 112 on käytössä koko unionin alueella, ja sitten kuvaillaan kieliongelmiensa laajuutta. Alkuperäisessä tiedotteesta tunnettuusongelma tuli heti kieliongelmiensa jälkeen. Lisäksi leipätekstiin on lisätty muiden suomalaisten tiedotteiden tapaan linkki, tässä tapauksessa EU:n (englanninkielisille) 112-päivän sivuille – tiedotteiden lopun lisätietolinkeissä taas annetaan linkki infosivulle, jossa kerrotaan (englanniksi) 112-numeron käytöstä eri EU-maissa, ja toinen linkki hätänumerosta lapsille tehdyille infosivustolle, jolla on itse valittava valikosta sopiva kieli.

Lokalisoitua tiedotetta laadittaessa on hyödynnetty alkuperäisen tiedotteiden kieliasua. Seuraavissa esimerkeissä alkutekstin kieliasua on tiivistetty ja muutettu idiomaattisemmaksi:

*A: Euroopan komission teettämän EU:n laajuuden kyselytutkimuksen mukaan 94 prosenttia EU:n kansalaisista **pitää hyödyllisenä asiana**, että EU:ssa on **yksi** yhteinen hätäpuhelinnumero.*

*L: 112-päivän aattona julkaistussa EU:n laajuudessa Eurobarometri-kyselytutkimuksessa 94 prosenttia vastanneista **piti hyödyllisenä**, että EU:ssa on yhteinen hätäpuhelinnumero.*

*A: Ylipäätään vain 24 prosenttia eurooppalaisista tunnistaa 112:n numeroksi, **johon voi soittaa hätäpuheluja kaikkialla EU:ssa**.*

*L: Kuitenkin vain 24 prosenttia vastanneista osasi spontaanisti nimetä 112:n numeroksi, **joka on käytössä koko EU:ssa**.*

*A: Eurooppalainen hätänumero 112 otettiin käyttöön vuonna 1991. [...] **Vaikka 112 periaatteessa täydentää olemassa olevia kansallisia hätänumeroita, Tanska, Suomi, Alankomaat, Portugali, Ruotsi ja viimeksi Romania ovat päättäneet tehdä 112-numerosta pääasiallisen kansallisen hätänumeronsa.***

*L: Eurooppalainen hätänumero 112 otettiin käyttöön vuonna 1991 **täydentämään kansallisia hätänumeroita. Suomi, Tanska, Alankomaat, Portugali, Ruotsi ja viimeksi Romania ovat kuitenkin tehneet 112:sta pääasiallisen kansallisen hätänumeronsa.***

Seuraavassa esimerkissä on taas karsittu byrokraattista tyyliä ja suomalaiselle lukijalle tarpeettomia yksityiskohtia – esimerkiksi muissa tiedotteissa lueteltiin kaikki kolme EU-toimielintä:

*A: **Komissio** julisti tänään yhdessä **Euroopan parlamentin ja neuvoston** kanssa helmikuun 11. päivän "Euroopan 112-päiväksi". Tavoitteena on lisätä tietoisuutta 112-numeron olemassaolosta ja kannustaa kansallisia viranomaisia tekemään EU:n yhteisestä hätäpalvelunumerosta nykyistä monikielisempi.*

*L: **Koko EU:n** yhteisen hätäpalvelunumeron 112:n päivää vietetään 11. helmikuuta. Teemapäivän avulla pyritään lisäämään yhteisen hätäpalvelunumeron tunnettuutta ja korostamaan, että hätäpalveluja on pystyttävä tarjoamaan myös muilla kuin maan omalla kielellä.*

Kokonaisuutena tiedote on neutraali, tiivis ja helppolukuinen, eikä siinä ei ole eurokielelle tyypillisiä ilmaisuja. Tiedote voitaisiin todennäköisesti julkaista tiedotusvälineissä tässä muodossa.

6.6. Laturitiedote

6.6.1 Britannian edustuston lokalisoima versio

Alkuperäistiedotteen otsikko *Commission welcomes industry's commitment to provide a common charger for mobile phones* oli yksinkertaistettu Britannian edustuston lokalisoimassa tiedotteessa muotoon *Universal charger for mobile phones welcomed by European Commission*. Lokalisoitu tiedote on päivätty alkuperäisen tiedotteen tapaan 29.6.2009. Tiedotteen yhteyteen on liitetty valokuva, jossa nuori mies ja nainen istuvat sylissä uimarannalla ja katsovat naisen kädessä olevaa matkapuhelinta.

Lokalisoitu tiedote noudattaa ”käänteisen pyramidin” periaatetta: kahdessa ensimmäisessä kappaleessa kerrotaan ydinasiat (Euroopan komissio on tyytyväinen matkapuhelinalan päätökseen tarjota sama laturi kaikille kännyköille, ensimmäisiä uutta laturia käytettäviä puhelimia odotetaan markkinoille vuonna 2010, käytetty tekniikka on micro-USB-liitin ja samalla otetaan käyttöön uusia EU-standardeja) ja lopuissa viidessä kappaleessa tarkentavia yksityiskohtia ja taustatietoja (annetaan komissaarin lausunto, jossa hän kertoo olevansa tyytyväinen päätökseen, luettelee sopimuksen hyötyjä kuluttajille ja ympäristölle sekä mainitsee kyseessä olevan itsesääntelyn

pohjalta syntynyt päätös, joten komission ei tarvitse säätää asiasta lakia, minkä jälkeen kahdessa seuraavassa kappaleessa selitetään komissaarin lausunnon sisältämät asiat yksityiskohtaisemmin ja viimeisessä kappaleessa kerrotaan, että komissio jatkaa tiivistä yhteistyötään matkapuhelinalan kanssa, jotta sopimus saadaan nopeasti käytäntöön, ja milloin ensimmäisiä yhteistä laturia käyttäviä puhelimia odotetaan markkinoille). Tiedotteessa tarjotaan samat lisätietolinkit kuin alkutekstissä eli asiaa koskevaan muistioon ja komission aihetta käsittelevälle sivulle.

Lokalisointi on tämän tiedotteen tapauksessa erilaista kuin aiemmissa brittiedotteissa, sillä tekstiin ei ole tuotu mukaan brittiläistä näkökulmaa (paitsi tiedotteen lopussa tuttuun tapaan annetut Lontoon tiedotustoimiston yhteystiedot lisätietojen kysymistä varten), vaan lokalisointi on ollut tekstin kieliasun vähäistä muokkaamista. Lokalisoitu tiedote onkin avausvirkettä lukuun ottamatta laadittu alkutekstin kieliasun pohjalta vaihtamalla yksittäisiä sanoja, muuttamalla kappalejakoja ja yhdistämällä alkutekstin eri kappaleissa olleita virkkeitä yhdeksi kappaleeksi. Esimerkkeinä vähäisistä kieliasun muutoksista alkutekstin ja lokalisoidun tiedotteen välillä voidaan mainita lokalisoidussa versiossa tehty komissaarin lyhentämättömän lausunnon jakaminen kahteen osaan ja jälkimmäiseen kappaleeseen liitetty johtolause *He added: [...]* sekä seuraavat tapaukset:

*A: In a Memorandum of Understanding (“MoU”), **which was submitted** to the Commission today, the industry **commits** to provide chargers compatibility on the basis of the Micro-USB connector. **In addition** new EU standards to ensure continued safe charger use will be developed **to facilitate the implementation of the MoU.***

*L: In a Memorandum of Understanding (MoU) **submitted** to the Commission today, the industry **has committed** to provide charger compatibility on the basis of the Micro-USB connector. New EU standards to ensure continued safe charger use, **as well as avoidance or radio interference problems**, will also be developed.*

*A: The European Commission **continues** to work closely with industry to ensure that the MoU will be operational quickly. **It expects that** the first generation of new inter-chargeable mobile phones will reach the EU market **from 2010 onwards.***

*L: The European Commission **will continue** to work closely with industry to ensure that the MoU will be operational quickly. The first generation of new inter-chargeable mobile phones will reach the EU market **during 2010.***

Yllättävää on se, että tässä tiedotteessa ei ole käytetty tyypillistä lokalisointistrategiaa eli yksityiskohtien poistamista: ainoa sisällöllinen ero alkutekstin ja lokalisoidun version välillä onkin lokalisoidusta tiedotteesta puuttuva maininta komission tyytyväisyydestä siihen, että tehty sopimus

ei sido toimijoita johonkin tiettyyn teknologiaan vaan että sitä muutetaan uusien teknologioiden myötä. Lokalisoidusta tiedotteesta on myös karsittu toistoa: esimerkiksi jäte tai sen ympäristövaikutukset mainitaan alkuperäisessä tiedotteessa kolme kertaa ja laturin käytön turvallisuus kaksi kertaa, kun taas lokalisoidussa versiossa nämä asiat mainitaan vain kerran. Asioiden esitysjärjestys on lokalisoidussa tiedotteessa sama kuin alkutextissä.

Lokalisoidun tiedotteen kieli on tyyliään pääasiassa neutraalia ja raportoivaa. Poikkeuksina ovat alkutextistä suoraan kopioidut komissaarin lausunto ja nykytilanteen ongelmallisuuden kuvailu sekä muutama kohta, joissa muokataan komission julkisuuskuvaa kielellisin keinoin. Viimeksi mainittua ei juuri ole esiintynyt tämän tutkielman tiedotteissa, joiden neutraalista tyylistä poikkeavat kohdat ovat olleet lähinnä komissaarien lausunnot (vrt. Irlannin uimavesitiedote). Alla ovat ne tapaukset, joissa komissio esitetään lokalisoidussa tiedotteessa aktiivisena toimijana ja joissa sen kanssa samaan virkkeeseen on yhdistetty positiivisia mielikuvia herättäviä sanoja:

The Commission had requested industry to come forward with a voluntary commitment to solve this problem so as to avoid legislation and today's MoU follows intensive and constructive negotiations between the Commission and mobile phone producers.

The European Commission will continue to work closely with industry to ensure that the MoU will be operational quickly.

6.6.2 Irlannin edustuston lokalisoinnissa tapahtunut

Alkuperäistiedotteen otsikko *Commission welcomes industry's commitment to provide a common charger for mobile phones* oli muokattu Irlannin edustuston lokalisoinnissa tiedotteessa tunneperäisempään muotoon *Finally, common phone chargers for all mobiles - EU Commission helps leading phone companies agree on standards*. Lokalisoitu tiedote on päivätty alkuperäisen tiedotteen tapaan 29.6.2009.

Lokalisoitu tiedote noudattaa ”käänteisen pyramidin” rakennetta: ensimmäisessä kappaleessa kerrotaan pääasia (komissio ja matkapuhelinalan toimijat ovat sopineet kaikille kännyköille yhteisestä laturista) ja neljässä muussa kappaleessa tarkentavia yksityiskohtia ja taustatietoja (sopimuksen allekirjoittaneet yritykset, komissaarin luettelemat sopimuksen hyödyt ja tyytyväisyys

itsesääntelyn avulla syntyneeseen sopimukseen, asiat, joihin sopimuksessa sitouduttiin, sekä komission tyytyväisyys siihen, että sopimus ei haittaa innovointia matkapuhelinalalla).

Lokalisoituun tiedotteeseen on lisätty paikallisnäkökulmaa laittamalla tekstin loppuun ainoaksi lisätietolähteeksi linkki äänitiedostoon, jolla Irlannin edustuston tiedottaja Philippe Carr kertoo aiheesta tarkemmin. Lisäksi poistostrategiaa ei ole käytetty: Irlannin tiedotteesta löytyvät kaikki alkutekstissä käsitellyt asiat, mutta luonnollisesti tiedotteen sisältöä on tiivistetty, ja niinpä latureiden aiheuttamista ympäristöongelmista mainitaan Irlannin tiedotteessa vain suoraan alkuperäisestä tiedotteesta kopioidussa komissaarin lausunnossa. Mitä tulee asioiden esittämisen järjestykseen, Irlannin tiedote eroaa alkutekstistä – ja muista lokalisoiduista versioista – siinä, että se luettelee jo toisessa kappaleessa eli tärkeimpänä taustatietona sopimuksen allekirjoittaneet yritykset. Muissa tiedotteissa asia kerrotaan vasta aivan leipätekstin lopussa.

Irlannin edustuston tiedotetta laadittaessa ei ole – komissaarin lausuntoa ja paria yksittäistä ilmaisua lukuun ottamatta – hyödynnetty alkuperäisen tiedotteen kieliasua, vaan teksti on kirjoitettu uudestaan alkutekstiä värikkäämmällä ja paikoin puhekielimäiselläkin tyylillä. Avausvirkkeenä on tuttavallinen lukijan puhuttelu *Sick of having a drawer full of old phone chargers that don't work with your latest model?* ja sen lisäksi tekstistä löytyivät seuraavat ilmaisut: *well, the good news is that...* ; *the main industry players* (alkuperäisessä tiedotteessa: *major producers of mobile phones*) ja *the Commission is happy*. Silmiinpistävää tiedotteessa on se, kuinka komissio esitetään aktiivisena toimijana ja näin parannetaan sen julkisuuskuvaa – komissio on aina virkkeiden toimijana ja mukana on positiivisia attribuutteja:

*Finally, **common** phone chargers for **all** mobiles - **EU Commission helps leading phone companies agree on standards.***

*[...] today the **EU Commission** and the mobile phone industry **have agreed to create a common charger for all phones produced***

The EU Commission and the main industry players have agreed to settle the problem through self-regulation.

Julkisuuskuvan parantamisen suhteen tiedote eroaa merkittävästi tässä tutkielmassa aiemmin tarkastelluista lokalisoiduista tiedotteista, joissa on ollut positiivisia attribuutteja lähinnä ainoastaan komissaarin lausunnoissa ja joissa muu tiedote on ollut tyyliltään neutraali. Tässä tapauksessa taas

komissaarin lausunto on neutraali eikä korosta komission osuutta sopimuksen synnyssä: *"I am very pleased that **industry has found an agreement**, which will make life much simpler for consumers."* Toisessa kohdassa hän toteaa seikan, joka muistuttaa yhteisen EU-lainsäädännön ulottumisesta yhä uusille alueille ja joka voi ärsyttää lukijaa: *"As a result [of self-regulation], **the Commission does not consider it necessary to introduce legislation.**"*

6.6.3 Saksan edustuston lokalisoima versio

Alkuperäisen tiedotteen otsikko *Kommission begrüßt Einigung der Industrie auf ein universelles Ladegerät für Mobiltelefone* oli yksinkertaistettu Saksan edustuston lokalisoimassa tiedotteessa muotoon *Nur noch ein Ladegerät für alle Mobiltelefone*. Lokalisoitu tiedote on päivätty alkuperäisen tiedotteen tapaan 29.6.2009.

Lokalisoitu tiedote noudattaa rakenteeltaan ”käänteisen pyramidin” periaatetta: ensimmäisessä kappaleessa kerrotaan varsinainen uutinen (ylimääräisistä latureista päästään EU:ssa eroon, kun johtavat matkapuhelinvalmistajat ja komissio sopivat kaikille puhelimille yhteisestä laturista), ja kaksi muuta kappaletta antavat aiheesta tarkempia ja taustoittavia tietoja (vain tietyille puhelinmallille sopivien latureiden aiheuttamat haitat, yhtenäistämisen toteuttaminen micro-USB-liitinten avulla, uusien EU-standardien kehittäminen ja niiden hyödyt kuluttajalle, ensimmäisten yhteistä laturia käyttävien puhelinten markkinoille tulon ajankohta, komission yhteistyö matkapuhelinalan kanssa sopimuksen mahdollisimman nopean käytäntöön soveltamisen varmistamiseksi sekä lopuksi sopimuksen allekirjoittaneet yritykset). Ainoana lisätietolähteenä tarjotaan linkki alkuperäiseen tiedotteeseen.

Lokalisoidussa tiedotteessa ei esitellä lainkaan saksalaista näkökulmaa asiaan. Lokalisointi onkin tämän tiedotteen tapauksessa ollut tekstin sisällön valikoimista, toiston karsimista ja tekstin tiivistämisestä. Lokalisoidusta tiedotteesta karsittuja alkuperäisen tekstin tietoja olivat maininnat komission tyytyväisyydestä siihen, että sopimus ei estä innovaatioiden tekemistä nopeasti kehittyvällä toimialalla ja että sopimusta päivitetään uusien teknologioiden kehittymisen myötä. Lisäksi komissaarin lausuntoa on työstetty keskeltä jättämällä pois kohta, jossa luetellaan sopimuksen hyötyjä yksityiskohtaisemmin. Esimerkkinä tiedotteen tekstin tiivistämisestä on alla tapaus, jossa kaksi alkutekstin eri kohdissa sijaitsevaa – mutta samasta asiasta kertovaa – virkettä on lokalisoimassa tiedotteessa tiivistetty yhdeksi virkkeeksi:

A: Führende Mobiltelefonhersteller haben sich daher über eine Harmonisierung der Ladegeräte in der EU geeinigt.

A: In intensiven und konstruktiven Verhandlungen mit der Europäischen Kommission haben sich die Mobiltelefonhersteller über eine Lösung des Problems geeinigt.

L: Führende Mobiltelefonhersteller haben sich in Verhandlungen mit der Europäischen Kommission auf eine Harmonisierung geeinigt.

Saksan edustuston lokalisoimassa tiedotteessa asioiden esittämisjärjestys poikkeaa hieman alkuperäisestä tiedotteesta: suurin osa alkutekstin ingressistä on laitettu lokalisoitun tiedotteen leipätekstin toiseen kappaleeseen, ja vastaavasti komissaarin tyypistetty lausunto on nostettu ensimmäiseen kappaleeseen.

Vaikka tiedote kokonaisuutena on tyyliltään neutraali ja raportoiva, siitä löytyy kuitenkin yksi kohta, jossa selvästi muokataan komission julkisuuskuvaa positiivisemmaksi käyttämällä samassa virkkeessä erittäin positiivisia sanoja: *Die EU-Kommission arbeitet weiter eng mit der Industrie zusammen, um eine zügige praktische Umsetzung der Vereinbarung sicherzustellen.* Tiedotetta laadittaessa on myös hyödynnetty alkuperäisen tiedotteen kieliasua: muutamia virkkeitä on kopioitu suoraan alkutekstistä ja muutamissa tapauksissa alkutekstin virkkeisiin on tehty vain pieniä muutoksia. Alla on kaksi esimerkkiä tapauksista, joissa lokalisoitun tiedotteen virkkeet eroavat vain vähän alkuperäisen tiedotteen virkkeistä:

A: Außerdem werden neue EU-Normen zur Gewährleistung der weiteren sicheren Nutzung der Ladegeräte entwickelt, um die Umsetzung der Vereinbarung zu erleichtern.

L: Außerdem werden neue EU-Normen zur Gewährleistung der weiteren sicheren Nutzung der Ladegeräte entwickelt, um die Umsetzung der Vereinbarung zu unterstützen.

A: Die erste Generation der neuen, nicht an ein bestimmtes Ladegerät gebundenen Mobiltelefone dürfte ab 2010 auf dem EU-Markt erhältlich sein.

L: Die erste Generation der neuen, nicht an ein bestimmtes Ladegerät gebundenen Mobiltelefone dürfte 2010 erhältlich sein.

Seuraavassa esimerkissä tekstiä on taas lokalisoitu tekemällä se helppolukuisemmaksi. Alkutekstin neutraali ja tekniseltä kuulostava virke on lokalisoitua tiedotteessa jaettu kahdeksi virkkeeksi,

joista ensimmäinen selittää normaalilla yleiskielellä alkutekstissä käytetyn teknisen termin ja toinen korostaa nykytilanteen haittoja alkutekstiä enemmän käyttämällä *nicht nur – sondern (ei ainoastaan – vaan myös)* -rakennetta:

A: Die fehlende Kompatibilität von Ladegeräten für Mobiltelefone ist ein großer Nachteil für die Benutzer und führt darüber hinaus zu überflüssige m [sic] Müll.

L: Bislang passen Ladegeräte oft nur für ein bestimmtes Mobiltelefon. Dies ist nicht nur ein großer Nachteil für die Benutzer, sondern führt darüber hinaus zu überflüssigem Müll.

6.6.4 Suomen edustuston lokalisoima versio

Alkuperäisen tiedotteen otsikko *Matkapuhelinvalmistajat lupaavat: sama laturi kaikille puhelimille* oli lyhennetty ja tiivistetty Suomen edustuston lokalisoimassa tiedotteessa muotoon *Sama laturi kaikille kännyköille*. Lokalisoitu tiedote oli päivätty 1.7.2009, kun alkuperäisen tiedotteen päiväys oli 29.6.2009. Tiedotteen ingressin yhteyteen on liitetty valokuva puisesta piironginlaatikosta, jossa on useita kännykkälatureita ja vanha matkapuhelin.

Lokalisoitu tiedote noudattaa ”käänteisen pyramidin” rakennetta niin, että ingressissä kerrotaan pääasia (komissio on saanut johtavat matkapuhelinvalmistajat sopimaan latureiden yhdenmukaistamisesta EU:ssa ja ensimmäisiä yhteislaturia käyttäviä puhelimia odotetaan markkinoille vuonna 2010) ja leipätekstissä esitetään tarkentavat tiedot ja taustatiedot (nykytilanteen ongelmallisuuden kuvailu, asiat, joihin sopimuksessa sitoudutaan, sopimuksen allekirjoittaneet yritykset, uusien EU-standardien kehittäminen ja syy tähän sekä toisen kerran ensimmäisten yhteislaturia käyttävien puhelinten markkinoille tulon ajankohta). Tiedotteen lopussa tarjotaan alkutekstin tapaan linkit *kysymyksiä ja vastauksia* -muistioon sekä komission aihetta käsittelevälle sivulle.

Lokalisoidussa tiedotteessa ei ole tuotu lainkaan esiin suomalaista näkökulmaa. Lokalisointina voidaan kuitenkin pitää lukijan puhuttelua tiedotteen avausvirkkeessä (*Lojuuko piironginlaatikossa useita kännykän vaihdon myötä käyttämättömiksi jääneitä latureita?* ja sen yhteyttä lokalisoimassa tiedotteessa olevaan yllämainittuun valokuvaan) sekä alkutekstin teknisen kielen muokkaaminen vähemmän tekniseksi. Jälkimmäinen on toteutettu karsimalla joitakin alkuperäisen tiedotteen

yksityiskohtia – esimerkiksi, kuinka kyse on matkapuhelinalan toimijoiden itsesääntelystä, jolla vältetään EU-lainsäädäntö tässä asiassa, kuinka komissio tekee tiivistä yhteistyötä alan toimijoiden kanssa, jotta sopimusta ryhdytään soveltamaan nopeasti, kuinka komissio on tyytyväinen, ettei sopimuksessa sitouduta lopullisesti mihinkään tiettyyn teknologiaan ja näin estetä innovointi nopealiikkeisellä alalla, sekä kuinka sopimusta muutetaan uusien teknologioiden kehittymisen myötä – ja korvaamalla joitakin ilmaisia vähemmän teknisillä, kuten alkuperäistiedotteen *uudet tiedonsiirtovalmiuksilla varustetut matkapuhelimet* ilmaisulla *uudet datapuhelimet*.

Lokalisoidun tiedotteen asioiden esitysjärjestys poikkeaa alkutekstistä siten, että matkapuhelinalan sopimuksen allekirjoittaneet toimijat mainitaan tiedotteen leipätekstin toisessa kappaleessa, kun taas alkutekstissä yksityiskohta kerrottiin toiseksi viimeisessä kappaleessa. Lokalisoitu tiedote on myös alkutekstiä tiiviimpi, sillä siitä on karsittu toistoa: kun alkuperäisessä tiedotteessa mainitaan laturien synnyttämä jäte kolmeen eri otteeseen, lokalisoidussa tiedotteessa asiaan viitataan vain kerran.

Tiedotteessa käytetty kieli on avausvirkettä ja nykytilanteen ongelmallisuutta kuvailevaa leipätekstin ensimmäistä kappaletta lukuun ottamatta neutraalia ja raportoivaa. Toisin kuin Britannian ja Irlannin tiedotteet, Suomen tiedote ei muokkaa näkyvästi komission julkikuvaa yhtä poikkeusta lukuun ottamatta (*komissio on saanut johtavat matkapuhelinvalmistajat sopimaan laturien yhdenmukaistamisesta EU:ssa*). Lokalisoidun tiedotteen laadinnassa oli myös hyödynnetty alkuperäisen tiedotteen kieliasua: leipätekstin ensimmäinen kappale on kokonaisuudessaan sama kuin alkuperäisessä tiedotteessa välittömästi komissaarin lausunnon jälkeen tuleva tekstikappale, ja lisäksi lokalisoidussa tiedotteessa on yksittäisiä virkkeitä, jotka ovat suoraan alkutekstistä. Alla on lueteltu ne tapaukset, joissa alkutekstin kieliasua on taas tiivistetty ja muutettu idiomaattisemmaksi:

*A: Ensimmäisiä yhteislaturia käyttäviä **matkapuhelimia** voidaan odottaa EU:n markkinoille **vuodesta 2010**.*

*L: Ensimmäisiä yhteislaturia käyttäviä **kännyköitä** odotetaan markkinoille **jo ensi vuonna**.*

*A: Standardilla huolehditaan siitä, että **uusia matkapuhelimia** on turvallista käyttää, ja **ehkäistään** radiohäiriöitä. [...] **Ensimmäisiä yhteislaturia käyttäviä matkapuhelimia** voidaan komission mukaan **odottaa** EU:n markkinoille **vuodesta 2010**.*

*L: Standardilla **pyritään ehkäisemään** radiohäiriöitä ja huolehditaan siitä, että **uusia matkapuhelimia** on turvallista käyttää. Komission mukaan **ensimmäiset yhteislaturia käyttävät kännykät tulevat** EU:n markkinoille **vuonna 2010**.*

6.7 Pankkitukitiedote

6.7.1 Britannian edustuston lokalisoima versio

Alkuperäisen tiedotteen otsikko *State aid: Commission presents guidelines on restructuring aid to banks* on Britannian edustuston lokalisoimassa tiedotteessa jätetty ennalleen. Lokalisoitu tiedote on päivätty alkuperäisen tiedotteen tapaan 23.7.2009.

Britannian edustuston tiedote on lähes sanatarkasti sama teksti kuin alkuperäinen tiedote lisätietolinkkeineen. Ainoa brittiläistä näkökulmaa esiin tuova seikka on jo aiemmin tutkituista tiedotteista tuttu Lontoon tiedotustoimiston yhteystietojen anto lisätietojen kysymistä varten. Tämän tiedotteen tapauksessa lokalisointi onkin ollut pienten yksityiskohtien muokkaamista. Muutamassa tapauksessa yksittäisiä sanoja on muutettu kontekstiin paremmin sopiviksi, ja tiettyjen sanojen kirjoitusasua on muokattu – alkuperäisessä tiedotteessa esiintyvät ilmaisut *Communication*, *Member States* ja *Single Market*, mutta lokalisoitussa tiedotteessa niiden kirjoitusasu on muutettu muotoon *communication*, *member states* ja *single market*. Alla on lueteltu ne tapaukset, joissa lokalisoija on päätenyt muuttamaan jotakin alkuperäisen tiedotteen ilmaisua:

A: *The European Commission has **agreed a Communication** explaining its approach to assessing restructuring aid given by **Member States** to banks.*

L: *The European Commission has **published a communication** explaining its approach to assessing restructuring aid given by **member states** to banks.*

A: ***These** guidelines are based on Article 87.3b) of the EC Treaty, which authorises state aid in case of a serious disturbance in the economy.*

L: ***The** guidelines are based on Article 87.3b) of the EC Treaty, which authorises state aid in case of a serious disturbance in the economy.*

A: *The **Commission Communication on bank restructuring** complements the guidance on the assessment of state aid for banks that the Commission has adopted since the beginning of the financial crisis concerning guarantees, recapitalisation and the treatment of impaired assets (see IP/08/1495, IP/08/1901 and IP/09/322 respectively).*

L: *The **communication** complements the guidance on the assessment of state aid for banks that the Commission has adopted since the beginning of the financial crisis concerning guarantees, recapitalisation and the treatment of impaired assets (see IP/08/1495, IP/08/1901 and IP/09/322 respectively).*

Pienten kielellisten muokkausten lisäksi lokalisointi on kohdistunut myös tekstin rakenteeseen, sillä lokalisoidun version alun asioiden esittämisjärjestys poikkeaa alkutekstistä: Alkuperäisessä tiedotteessa kerrotaan avausvirkkeen jälkeen, mille kolmelle periaatteelle perustuu komission jäsenvaltioiden pankeille myöntämä rakenneuudistustuen arviointitapa. Tämän jälkeen kerrotaan, että annetut suuntaviivat, jotka ovat voimassa vuoden 2010 loppuun asti, kuvaavat kuinka komissio aikoo soveltaa näitä periaatteita nykyisessä finanssikriisissä ja kuinka tavoitteena on auttaa palauttamaan pankkien elinkelpoisuus Euroopassa. Sen sijaan lokalisoidussa tiedotteessa kerrotaan ensin jälkimmäisen virkkeen asiat ja vasta sitten, mille periaatteille sovellettava lähestymistapa perustuu. Lokalisoidun tiedotteen ratkaisu ei ole oikein toimiva, sillä nyt tiedotteessa esiintyy ilmaus *these principles* ilman, että periaatteita olisi mainittu aiemmin, joten pronominin valinta aiheuttaa lukijassa todennäköisesti hämmennystä. Myös kappalejako on muutettu useammassa kohdassa tekstiä: kilpailukomissaarin kommentti on jaettu kahteen eri kappaleeseen ja osien väliin on lisätty johtolause *She added*, alkuperäisessä tiedotteessa yhden kappaleen alaluku *Financial stability* on jaettu kahteen kappaleeseen ja alkuperäisen tiedotteen viimeinen kappale on lokalisoidussa versiossa jaettu kolmeksi kappaleeksi. Sen sijaan lokalisoidun tiedotteen lisätietolinkit ovat samat kuin alkutekstissä.

Vähäisen lokalisoinnin vuoksi tekstissä on myös runsaasti pankki- ja talousalan sanastoa, joka voi aiheuttaa lukijoille vierauden tunteen. Toisaalta voidaan olettaa, ettei tällaisesta aiheesta pystytä keskustelemaan ilman erikoisalan termejä, ja näin ollen tällä lehdistötiedotteella on jo valmiiksi huomattavasti rajatumpi lukijakunta kuin muilla tässä tutkielmassa tarkemmin tarkastelluilla tiedotteilla.

6.7.2 Irlannin edustuston lokalisoitu versio

Alkuperäisen tiedotteen otsikko *State aid: Commission presents guidelines on restructuring aid to banks* on Irlannin edustuston tiedotteessa muutettu muotoon *European Commission agrees guidelines on aid to banks*, joka korostaa toiminnan lopputulosta alkuperäistä otsikkoa enemmän. Lokalisoitu tiedote on päivätty alkuperäisen tiedotteen tapaan 23.7.2009.

Irlannin edustuston tiedote on pitkälti sama teksti kuin alkuperäinen tiedote, ja itse asiassa Irlannin tiedote on kieliasultaan edellä esiteltyä brittitiedotettakin lähempänä alkutekstiä. Tiedotteessa on silti tuotu esiin irlantilainen näkökulma varsin yllättävällä tavalla – komission alkuperäisissä

tiedotteissa aina ingressin jälkeen tulevaan komissaarin lausunnon johtolauseeseen on lisätty paikallisiinäkökulma: *Competition Commissioner Neelie Kroes, who visited Dublin last week, said [...]*. Otsikon ja Dublinin vierailusta kertovan kohdan lisäksi Irlannin tiedotteen kieliasua on muokattu alkutekstiin verrattuna vain avausvirkkeessä:

*A: The European Commission has **agreed a Communication explaining its approach to assessing restructuring aid given by Member States to banks.***

*L: The European Commission has **today published its guidelines on assessing restructuring aid given by Member States to banks.***

Edellä lueteltujen kielellisten muokkausten lisäksi lokalisointi on kohdistunut myös tekstin rakenteeseen. Lokalisoidun tiedotteen alussa asioiden esittämisjärjestys eroaa alkutekstistä: siirron kohteena on brittitiedotteen tapaan alkutekstin ingressissä esiintynyt, vuoden 2010 loppuun asti voimassa olevista suuntaviivoista kertova tekstinpätkä, joka on irlantilaisessa tiedotteessa siirretty vasta kilpailukomissaarin lausunnon jälkeen. Samoin kappalejako on muutettu tekstin kahdessa kohdassa: alkuperäisessä tiedotteessa yhden kappaleen alaluku *Financial stability* on jaettu kahteen kappaleeseen – kappalejako eroaa kuitenkin brittitiedotteen kappalejaosta – ja alkuperäisen tiedotteen viimeinen kappale on lokalisoidussa versiossa jaettu kolmeksi kappaleeksi samalla tavalla kuin brittitiedotteessa. Vähän lokalisoidussa tiedotteessa oli runsaasti pankki- ja talousalan sanastoa, ja edellisessä alaluvussa esitetyt pohdinnat lukijakunnan rajoittuneisuudesta pätevät tähänkin tiedotteeseen.

6.7.3 Saksan edustuston lokalisoima versio

Alkuperäisen tiedotteen otsikko *Staatliche Beihilfen: Kommission veröffentlicht Erläuterungen zu Umstrukturierungsbeihilfen für Banken* lokalisoitussa tiedotteessa muotoon *Rentabilität der Banken gewährleisten*. Lokalisoitu tiedote on päivätty 24.7.2009, kun alkuperäinen tiedote oli päivätty päivää aikaisemmin 23.7.2009.

Lokalisoitu tiedote noudattaa ”käänteisen pyramidin” periaatetta: ensimmäisessä kappaleessa kerrotaan varsinainen uutinen (komission on julkaissut uudet säännöt jäsenmaiden pankeille myöntämästä rakenneuudistuksesta sekä ne periaatteet, joita säännöt noudattavat) ja lopuissa

kappaleissa selitetään tarkentavia tietoja (mihin tuella pyritään, mitä ehtoja tukea saavien pankkien on täytettävä ja miten tukien maksaminen käytännössä toteutetaan). Tiedotteen lokalisointiprosessi on ollut kieliasun uudelleen muotoilua alkutekstin pohjalta – kappalejaon ja yksittäisten sanojen muuttamista ja virkkeiden selkeyttämistä alkutekstiin verrattuna – sekä esitetyn tiedon karsintaa. Sen sijaan esillä ei ole saksalaista näkökulmaa aiheeseen. Vähäisen lokalisoinnin vuoksi tiedotteen kieliasu vastaa suurimmaksi osaksi alkutekstin kieliasua. Näin ollen myös tässä lokalisoidussa tiedotteessa on runsaasti pankki- ja talousalan sanastoa, minkä vuoksi se muiden edustustojen tiedotteiden tapaan on suunnattu rajatummalle lukijakunnalle kuin tämän tutkielman muut lähemmin tarkastellut lehdistötiedotteet. Saksan tiedotteessa lokalisointi noudattaa itse asiassa selvää kaavaa: kolme tiedotteen neljästä tekstikappaleesta alkaa lokalisoidulla elementillä ja jatkuu suoraan alkutekstistä peräisin olevilla virkkeillä, ja sama pätee myös joihinkin tekstin yksittäisiin virkkeisiin. Tämä tendenssi näkyy myös alla olevista esimerkeistä, jotka kuvaavat lokalisoidun tiedotteen kielen tiivistämistä ja yksinkertaistamista verrattuna alkutekstiin:

A: Die K ommission [sic] muss eine Vielzahl von Umstrukturierungsmaßnahmen einzelner Banken prüfen [...]

L: Die EU-Kommission muss verschiedene Umstrukturierungsmaßnahmen einzelner Banken prüfen [...]

A: Die Europäische K ommission [sic] hat in einer Mitteilung dargelegt, wie sie bei der Bewertung einzelstaatlicher Umstrukturierungsbeihilfen für Banken vorgehen wird. Maßgebend sind danach die folgenden drei Grundsätze: Erstens müssen staatlich unterstützte Banken langfristig ohne weitere Hilfe des Staates rentabel arbeiten können. [...]

L: Die EU-Kommission hat neue Verhaltensregeln für Banken vorgestellt, die künftig als Grundlage für Umstrukturierungsbeihilfen dienen sollen. Dabei sind drei Kernpunkte entscheidend. Erstens müssen staatlich unterstützte Banken langfristig ohne weitere Hilfe des Staates rentabel arbeiten können. [...]

A: In diesem Zusammenhang unterstreicht die Kommission in ihrer Mitteilung, dass die Banken Stresstests durchführen müssen, um tragfähige Geschäftsstrategien entwickeln zu können. Dabei sind die Stärken und die Schwächen der einzelnen Banken zu analysieren. Im Ergebnis kann dies bedeuten, dass das Geschäftsmodell der Bank angepasst wird [...].

L: Mit Blick auf Stresstests unterstreicht die Kommission, dass sie die Stärken und die Schwächen der einzelnen Banken analysieren will. Im Ergebnis kann dies bedeuten, dass das Geschäftsmodell der Bank angepasst wird [...].

Lokalisointiprosessin aikana tiedotteen sisältöä on karsittu niin, että lukijalle esitetään alkuperäisen tiedotteen sisältö pääpiirteissään ilman yksityiskohtaisia kuvauksia komission byrokraattisesta toiminnasta. Tiedotteesta karsittuja kohtia ovat komissaarin lausunnon viimeinen virke, jonka mukaan nyt annetut ohjeet täydentävät komission aiemmin antamia ohjeita valtiontakauksista, pääomapohjan vahvistamisesta ja arvoltaan alentuneiden omaisuuserien käsittelystä, sekä maininnat siitä, mihin EY:n perustamissopimuksen kohtaan nyt annetut suuntaviivat perustuvat, kuinka kauan nämä uudet suuntaviivat ovat voimassa ja mitä sääntöjä sovelletaan näiden sääntöjen soveltamisen määräajan jälkeen. Lisäksi on poistettu toinen, yksityiskohtaisempi maininta siitä, että tällä tiedonannolla täydennetään ohjeita, joita komissio antanut pankeille myönnetyn valtiontuen arvioinnista rahoitusalan kriisin alusta lähtien, selitys tuensaajapankkien ja niiden osakkaiden velvollisuudesta kantaa riittävän suuri vastuu aikaisemmasta toiminnastaan ja tuen avulla toteutettavasta rakennemuutoksesta sekä selitykset tuen mahdollisesti aiheuttamista kilpailun vääristymistä ja niiden ehkäisemisestä.

Lokalisoidussa tiedotteessa tarjotaan samat lisätietolinkit kuin alkutekstissä, ja tiedotteen asioiden esitysjärjestys noudattaa alkutekstin järjestystä lukuun ottamatta sitä, että komissaarin lausunto jaettu kahteen kohtaan tiedotetta. Komissaarin lausunnon johtolauseessa on havaittavissa kiinnostava lokalisointipiirre, jota ei esiinny muissa tässä tutkielmassa lähemmin tarkastelluissa Saksan edustuston tiedotteissa: lokalisoidussa johtolauseessa ei mainita komissaarin etunimeä – eli lukijan oletetaan tuntevan komissaarin nimeltä. Samalla johtolauseen verbi on yksinkertaistettu – muodollinen verbi *selitti* (*EU-Wettbewerbskommissarin Neelie Kroes erklärte*) on korvattu puhekielisemmällä verbillä *sanoi* (*EU-Wettbewerbskommissarin Kroes sagte dazu*). Lokalisoidussa tiedotteessa komissaarin lausunto on vielä jaettu kahteen osaan ja siihen on liitetty täydentämistä ja lisäämistä korostava johtolause *ergänzte die EU-Kommissarin* samaan tapaan kuin Britannian tiedotteessa, jonka jaetun lausunnon jälkimmäisenä johtolauseena oli *She added*.

6.7.4 Suomen edustuston lokalisoitu versio

Alkuperäisen tiedotteen otsikko *Komissio antoi suuntaviivat pankkien rakenneuudistuksesta* on Suomen edustuston tiedotteessa yksinkertaistettu muotoon *Pankkien rakenneuudistustuelle EU-ohjeet*. Lokalisoitu tiedote on päivätty alkuperäistiedotteen tavoin 23.7.2009.

Lokalisoitu tiedote noudattaa ”käänteisen pyramidin periaatetta: ingressissä kerrotaan varsinainen uutinen: komissio on kyseisenä päivänä julkaissut suuntaviivat, joita sovelletaan jäsenmaiden myöntämään pankkien rakenneuudistustukeen, ja luetellaan ne edellytykset, jotka pankkituen on täytettävä, jotta se olisi hyväksyttävää. Viidessä leipätekstikappaleessa taas annetaan tarkentavia ja taustoittavia tietoja: tiedot siitä, milloin valtiontukea voidaan myöntää, mitä uusissa suuntaviivoissa selvennetään ja mihin niillä pyritään, kuvaus tukea saavien pankkien stressitestistä ja omasta vastuusta, maininnat valtiontuesta johtuvista kilpailun vääristymistä ja niiden korjaamisesta sekä tiedot siitä, kuinka kauan uudet suuntaviivat ovat voimassa ja mitä aiemmin annettuja ohjeita uusilla suuntaviivoilla täydennetään.

Tämänkin tiedotteen tapauksessa lokalisointi on rajoittunut muita tarkasteltuja komission lehdistötiedotteita huomattavasti ”eurokielisemmän” alkutekstin muokkaamiseen tiiviimmäksi ja selkeämmäksi, sillä aihetta ei ole lainkaan tarkasteltu paikallisesta näkökulmasta. Eurokielistä tekstiä on kuitenkin selvästi pyritty muokkaamaan helppolukuisemmaksi, sillä lokalisoituun tiedotteeseen ei ole otettu yhtäkään alkutekstin virkettä suoraan, vaan koko teksti on käsitelty. Tuloksena onkin kaikista neljästä lokalisoiduista versioista selkein ja helppolukuisin, vaikka siinä on muiden tiedotteiden tapaan talous- ja pankkialan sanastoa ja käsiteltävä aihe on erittäin abstrakti. Alla on esitelty ne tapaukset, joissa muokkaaminen on ollut selvintä:

A: Komission lähestymistapa perustuu seuraaviin kolmeen pääperiaatteeseen: i) tuensaajapankit on voitava palauttaa tilanteeseen, jossa ne ovat pitkällä aikavälillä elinkelpoisia ilman valtion tukea, ii) tuensaajapankkien ja niiden omistajien on maksettava kohtuullinen osuus rakenneuudistuskustannuksista ja iii) on toteutettava toimenpiteitä, joilla ehkäistään kilpailun vääristymistä yhtenäismarkkinoilla.

L: Jotta pankkituki olisi hyväksyttävää, sen on komission mielestä täytettävä kolme edellytystä: pankit on saatava tuen avulla elinkelpoisiksi pitkällä aikavälillä ilman valtion tukea, pankkien ja niiden omistajien on maksettava kohtuullinen osuus rakenneuudistuksen kustannuksista, ja on huolehdittava siitä, että kilpailu ei vääristy.

A: Tiedonannossa korostetaan, että pankkien on stressitestattava liiketoimintansa voidakseen laatia tulevaisuuden kannalta kestäviä strategioita. Stressitestausta edellyttää pankin vahvuuksien ja heikkouksien analysointia.

L: Suuntaviivojen mukaan tukea saavien pankkien on toimitettava liiketoimintansa stressitesti, joka edellyttää pankin vahvuuksien ja heikkouksien analysointia.

Seuraavassa esimerkissä lokalisoidussa tiedotteessa on kielen selkeyttämisen lisäksi päädytty muuttamaan asioiden esittämisjärjestys päinvastaiseksi. Lopputuloksena onkin huomattavasti alkuperäistä selkeämpi teksti:

A: Lisätäkseen läpinäkyvyyttä ja ennustettavuutta sekä varmistaakseen, että jäsenvaltioita kohdellaan tasavertaisesti, komissio on antanut suuntaviivat, joissa se selventää soveltamaansa lähestymistapaa, arviointiperusteina käyttamiään kriteerejä sekä arviointia varten tarvitsemiaan tietoja. Suuntaviivat perustuvat EY:n perustamissopimuksen 87 artiklan 3 kohdan b alakohtaan, jonka mukaan valtioneuvokas voidaan myöntää, kun taloudessa on vakava häiriö.

L: EY:n perustamissopimuksen mukaan valtioneuvokas voidaan myöntää, kun taloudessa on vakava häiriö. Komission uusissa suuntaviivoissa selvennetään rakenneuudistustuen käsittelyperiaatteita, arviointia varten tarvittavia tietoja ja arviointiperusteita. Niiden avulla pyritään parantamaan käsittelyn läpinäkyvyyttä ja ennustettavuutta ja varmistamaan, että kaikkia jäsenmaita kohdellaan tasavertaisesti.

Lokalisoidun tiedotteen sisällön tiivistämiseen on liittynyt olennaisesti myös alkutekstin sisällön karsinta: näkyvimpiä poistoja ovat väliotsikoiden sekä koko komissaarin lausunnon jättäminen pois lokalisoidusta tiedotteesta. Tekstiä laadittaessa on myös selvästi ajateltu lukijaa jättämällä kokonaan pois sellaisia alkutekstin kohtia, jotka kuvailevat seikkaperäisesti unionin byrokraattista toimintaa:

Komissiolla on käsiteltävänä runsaasti yksittäisiä pankkien rakenneuudistustukea koskevia tapauksia, koska se on hyväksynyt useita pankkien hyväksi toteutettavia pelastamistukitoimia sillä edellytyksellä, että rakenneuudistussuunnitelmat toimitetaan kuuden kuukauden kuluessa.

Tämän jälkeen sovellettaviksi tulevat jälleen tavanomaiset pelastamis- ja rakenneuudistustukea koskevat säännöt, jotka perustuvat perustamissopimuksen 87 artiklan 3 kohdan c alakohtaan (tuki tietyn taloudellisen toiminnan tai talousalueen kehityksen edistämiseen, jos tuki ei muuta kaupankäynnin edellytyksiä yhteisen edun kanssa ristiriitaisella tavalla).

Koska useat pankit ovat rakenneuudistuksen tarpeessa samaan aikaan, tapausten analysoinnissa kiinnitetään erityistä huomiota kansallisiin markkinarakenteisiin, jotta yhtenäismarkkinat voidaan säilyttää eheinä ja kitkattomina.

Lokalisoidussa tiedotteessa on muiden Suomen edustuston tiedotteiden tavoin hyödynnetty mahdollisuutta laittaa lisätietolinkit suoraan leipätekstiin. Leipätekstiin on tämän tiedotteen tapauksessa liitetty toinen alkutekstin lisätietolinkeistä, joka johtaa komission kilpailuasioiden

pääosaston pankkituesta kertovalle englanninkieliselle sivulle. Selvä osoitus lokalisoidun tiedotteen lukijoiden huomioonottamisesta on myös se, että tiedotteessa annetaan leipätekstissä linkit uusilla suuntaviivoilla täydennettyihin ohjeisiin ilman, että mukaan liitetään näiden ohjedokumenttien IP-numeroita, jotka eivät ole merkityksellisiä tavalliselle lukijalle. Tiedotteen loppuun on jätetty alkutekstin tapaan linkki aihetta käsittelevään englanninkieliseen muistioon.

Lokalisoidussa tiedotteessa asioiden esitysjärjestys poikkeaa alkutekstistä parissa kohdassa: jo edellä esitellyn tekstiesimerkin lisäksi lokalisoidun tiedotteen viimeisessä eli viidennessä leipätekstin kappaleessa kerrotaan, kuinka kauan suuntaviivat ovat voimassa – alkutekstissä tämä seikka on kerrottu ensimmäisen kerran ingressissä ja toisen kerran leipätekstin toisessa kappaleessa – ja mitä ohjeita näillä uusilla suuntaviivoilla täydennetään – alkutekstissä tämä asia taas kerrottiin tiedotteen puolivälissä leipätekstin kolmannessa kappaleessa.

7 YHTEENVETO JA POHDINTAA

Tässä pro gradu -tutkielmassa olen tarkastellut Euroopan komission lehdistötiedotteiden lokalisointia komission Britannian, Irlannin, Saksan ja Suomen edustustoissa. Työssä on ollut kaksi pääteemaa: lehdistötiedotteet ja lokalisointitoiminta. Nämä teemat kietoutuvat yhteen, sillä lokalisoinnin perusajatuksena on, että tuotettu versio toimii kohdekulttuurissa samalla tavoin kuin alkuteksti omassa kulttuurissaan. Niinpä onkin aiheellista tarkastella, millaisia lehdistötiedotteet tekstilajina ovat ja miten niitä käytetään.

Lehdistötiedotteiden tarkastelussa on käytetty viitekehyksenä Geert Jacobsin lehdistötiedotteiden metapragmatiikkaa koskevaa teoriaa, joka keskittyy tiedotteiden muotoilun ja käytön väliseen suhteeseen. Jacobsin teorian pohjalta tässä tutkielmassa on tarkasteltu lehdistötiedotteita sekä niitä julkaisevien organisaatioiden että tiedotusvälineiden näkökulmasta. Julkaisevalle organisaatiolle lehdistötiedote on väline, jonka avulla organisaatio voi kertoa itsestään, edistää päämääriensä toteutumista ja parantaa omaa julkisuuskuvansa. Tiedotusvälineille lehdistötiedotteet ovat taas edullinen ja helppo tapa hankkia uutismateriaalia. Tiedotusvälineiden ja poliittisten toimijoiden välillä onkin riippuvuussuhde: Tiedotusvälineet tarvitsevat toimintaansa varten jatkuvaa, kustannustehokasta ja ennakoitavaa uutismateriaalitarjontaa, jota puolestaan julkisuuteen pyrkivät poliittiset toimijat voivat tarjota. Toisaalta kilpailu journalistiseen julkisuuteen pääsystä on tiukkaa, koska tilaa on niukasti ja pyrkijöitä paljon. Varmistaakseen pääsyn julkisuuteen poliittisten toimijoiden on muokattava viestintäänsä ja toimintaansa median tarpeita vastaavaksi. Tämä seikka on näkyvissä myös lehdistötiedotteissa, joita muokataan varta vasten uutisten kaltaisiksi.

Työssä on tarkasteltu myös lokalisointia. Lokalisointi-termi otettiin alkujaan käyttöön ICT-alalla, jolla se merkitsi – ja merkitsee – digitaalisen tuotteen muokkaamista toisella kieli- ja kulttuuri-alueella toimivaksi. Käännöstieteen otettua ICT-alan lokalisoinnin tutkimuskohteeksi termiä on alettu käyttää myös muiden kohdeyleisöä varten huomattavasti muokattujen tekstilajien, kuten uutisten, tarkasteluun. Lokalisointi viittaa tällöin käännösstrategiaan, vaikka kääntämisen tarkkaa osuutta tällaisten tekstien tuotantoprosessissa saattaakin olla hankalaa määritellä. Kääntämisen osuus on epäselvä myös komission lehdistötiedotteiden tuotantoprosessissa, sillä tiedotteita muokataan ainakin suurten kielten, kuten englannin ja saksan, kohdalla yksinomaan samankielisistä alkuteksteistä. Tällainen toiminta vastaa kuitenkin Roman Jakobsonin *intralingvaalisen eli kielensisäisen kääntämisen* käsitettä. Lisäksi komission Suomen edustustossa lehdistötiedotteita

laativat käännöstoimen pääosaston työntekijät eli ”kieliasiantuntijat” käyttävät itse työstään ilmaisia *lokalisointi*.

Oman lisämausteensa tutkimukseen toi se, että lehdistötiedotteiden julkaisijana on Euroopan komissio. EU-toimielimen tarkastelu toi mukaan toimivaltuuksiltaan ja monikielisyydeltään sekä -kulttuurisuudeltaan ns. ”normaaleista” poliittisista toimijoista poikkeavan organisaation. Samalla tuskin yksikään toinen poliittinen toimija herättää yhtä laajasti yhtä huonoja mielikuvia kuin EU, joten komission lehdistötiedotteiden tarkastelu tiedotuksen ja julkisuuden hallinnan välineinä tarjosi mielenkiintoisen lähtökohdan, varsinkin kun lehdistötiedotteiden lokalisointi on osa komission kaikkien aikojen ensimmäistä viestintästrategiaa, joka korostaa paikallisille yleisöille suunnatun viestinnän merkitystä.

Tutkin edustustojen lokalisointitoimintaa kahdesta näkökulmasta: Päättökemukseeni valitsin viisi yksittäistä lehdistötiedotetta, joista kaikki neljä edustustoa olivat tehneet oman versionsa, ja tekstianalyysin keinoin tarkastelin sitä, miten lokalisoidut tiedotteet erosivat samankielisistä alkuteksteistä (eli miten laadintaprosessin aikana oli käytetty lokalisointistrategioita, kuten lisäykset, poistot, korvaukset sekä esitysjärjestyksen muuttaminen) ja miten tekstit toimivat itsenäisinä lehdistötiedotteina. Lisäksi tein lokalisointitoimintaa taustoittavan tutkimuksen tarkastelemalla lokalisoitujen tiedotteiden otsikoita vuoden ajalta: tarkoituksena oli selvittää, kuinka aktiivista edustustojen lokalisointitoimintaa on ja minkä tyyliä lokalisoidut tiedotteet ovat – kuinka paljon niissä esiintyy lukijoille tuttuja ja vieraita elementtejä ja mitä kielellisiä keinoja on käytetty tekemään tiedotteista lukijoille tutun tuntuisia. Otsikkoja tutkittiin, koska ne ovat ratkaisevan tärkeitä siinä, päättääkö lukija tutustua tekstiin perusteellisemmin vai ei.

Taustatutkimuksessa selvisi, että Britannian, Irlannin ja Suomen otsikoista noin 80 prosentissa oli helposti EU:hun liitettävä avainsana mutta yllättäen Saksan otsikoista EU-avainsana löytyi vain noin 30 prosentista, vaikka kyseessä olivat nimenomaan EU:n asiaa edistävän komission julkaisemat lehdistötiedotteet. Suurin osa saksalaisista otsikoista ei siis maininnut niissä kuvattua toiminnan tai lopputuloksen aikaansaajaa, vaan asiat näyttivät tapahtuvan itsestään siitä huolimatta, että lehdistötiedotteen otsikoilla on Jacobsin ajatuksia mukailleen valtava potentiaali muokata ihmisten mielikuvaa tiedotteen julkaisijasta – sehän on ensimmäinen asia, johon lukija kiinnittää tekstissä huomionsa. Lokalisoinnin näkökulmasta oli kiinnostavaa havaita, että edustustot erosivat myös siinä, kuinka paljon ne lisäsivät otsikoihinsa paikallisia elementtejä: kansallisia asiansanoja esiintyi Irlannin tiedotteista 39 prosentissa ja Britannian tiedotteista 34 prosentissa, kun taas

Suomen tiedotteista 20 prosentissa ja Saksan tiedotteista 15 prosentissa esiintyi kansallisia asiasanoja. Vieläkin selvemmat erot löytyvät ”neutraaleiksi” luokiteltujen otsikoiden osuuksista: Saksan otsikoista neutraaleiksi luokiteltiin 49 prosenttia, mutta Suomen otsikoista ”neutraaleja” oli 14 prosenttia, Irlannin otsikoista 11 prosenttia ja Britannian 9 prosenttia. EU-hankkeiden nimiä ja muita EU:hun liittyviä asiasanoja oli suhteellisen vähän: Britannian, Irlannin ja Saksan tiedotteista noin 10 prosenttia ja Suomen tiedotteista 6 prosenttia sisälsi tällaisen elementin.

Yllä olevien lukujen vertailukelpoisuutta saattaa heikentää se, että Saksan tiedotteita oli aineistossa huomattavan suuri lukumäärä; niitä oli itse asiassa reilusti enemmän (701 kpl) kuin muiden edustustojen tiedotteita yhteensä (552 kpl). Analyysin tulokset paljastavat kuitenkin tiettyjä lokalisointipreferenssejä, kuten yllä mainittu Saksan tiedotteiden otsikoiden taipumus kätkeä toiminnan käynnistäjä tai englanninkielisissä otsikoissa yleinen piirre esittää EU-avainsana ja kansallinen asiasana yhdessä, mikä puolestaan oli hyvin harvinaista Saksan tiedotteiden otsikoissa. Toisaalta ”neutraaleissakin” otsikoissa esiintyi jonkin verran EU-kielelle tyypillisiä ilmaisuja: eniten näitä oli Saksan tiedotteiden otsikoissa ja vähiten englanninkielisissä tiedotteissa.

Lehdistötiedotteiden otsikot vastasivat Geert Jacobsin teoriaa siinä, että kaikkien tarkasteltujen edustustojen lokalisoiden tiedotteiden otsikot vastasivat paikallisten sanomalehtien otsikoiden tyyliä. Lokalisoiduista otsikoista löytyi myös Jacobsin mainitsemia julkisuuskuvan muokkauskeinoja: otsikoissa luotiin tyypillisesti kuvaa komissiosta aktiivisena toimijana sijoittamalla se otsikoiden subjektiksi ja liittämällä sen yhteyteen aktiivista toimintaa kuvaavia preesens-muotoisia verbejä. Muutamista Suomen tiedotteiden otsikoista voi kuitenkin niin halutessaan lukea myös passiivisuuteen ja kyvyttömyyteen viittaavia merkityksiä (kuten *komissio haluaa edistää* ja *komissio haluaa parantaa*), ja kaksi tapausta, joissa oli käytetty imperfekti-muotoista verbiä. Myös EU:sta luotiin positiivista kuvaa samalla tavalla kuin komissiosta, mutta lyhenne *EU* esiintyi silti useammin substantiivin määritteenä tai paikan ilmaisijana, eli sitä käytettiin tyypillisesti kontekstin määrittelyssä. Suomen edustuston tiedotteissa esiintyi kuitenkin esimerkkejä siitä, että otsikoiden subjektina oli EU, vaikka muiden tiedotteiden otsikoiden perusteella toimija olikin näissä tapauksissa komissio.

Aktiivisen toimijan kuvan luomisen lisäksi otsikoissa käytettiin positiivisten mielikuvien synnyttäjänä Jacobsin mainitsemia positiivisia attribuutteja. Sanojen *EU* ja *komissio* rinnalla otsikoissa esiintyikin turvallisuuteen, kehitykseen ja edistykseen sekä rahan säästämiseen viittaavia ilmaisuja. Positiivisia attribuutteja käytettiin siis esittelemään EU:n toiminnan tuomaa lisäarvoa,

minkä Maria Lindholm nimesi komission lehdistötiedotteiden merkittäväksi tehtäväksi tiedottamisen ohella. Kuitenkin tutkimuksessa löytyi myös sellaisia otsikoita, jotka herättivät positiivisia mielikuvia ilman, että niissä ilmaistiin eksplisiittisesti komissiota, EU:ta tai eurooppalaisuutta, ja toisaalta sellaisia otsikoita, jotka herättivät positiivisia mielikuvia ne julkaisseen edustuston sijaintimaasta. Toisaalta viimeksi mainittu seikka voi myös olla strategia herättää positiivisia mielikuvia EU:sta: kun unioni kehuu jotakin jäsenvaltiota tai palkitsee sen, jäsenvaltion asukkaat saavat positiivisen kokemuksen unionista, ja kuten tutkielmassa on todettu, kaikki kokemukset mielikuvan kohteesta vaikuttavat siitä syntyvään käsitykseen. Suomen ja Saksan lokalisoitujen tiedotteiden otsikoista löytyi myös Jacobsin mainitsema keino puhua tiedotteen julkaisijalle ikävistä asioista passiivissa: niissä tapauksissa, joissa Suomea tai Saksaa syytettiin yhteisön lainsäädännön rikkomisesta, otsikossa ei esiintynyt EU:hun liittyvää avainsanaa kuin poikkeustapauksissa. Britannian ja Irlannin tiedotteet uutisoivat lainsäädäntörikkomustapaukset huomattavasti suorasanaistemmin, ja EU:hun liittyvä avainsana oli otsikoissa avoimesti esillä. Tosin lainsäädännön rikkomisesta kertovia tiedotteita oli mukana vain muutama kappale per edustusto, joten tutkimusaineisto ei tältä osin ole kattava lopullisten päätelmien tekemiseen.

Yksittäisten lokalisoitujen lehdistötiedotteiden tarkastelussa ilmeni, että kukin edustusto oli käyttänyt kaikkia tarkasteltuja lokalisoitustrategioita eli lisäyksiä, poistoja, korvauksia ja esitysjärjestyksen muuttamista. Lokalisoinnin määrä ja keinot vaihtelivat tiedotteittain: esimerkiksi paikallisenäkökulmaa lisättiin selvästi kaikkiin neljään Erasmus- ja uimavesitiedotteeseen, kun taas laturitiedotteista se puuttui kokonaan, mutta tekstejä oli muokattu muilla keinoin alkuperäiseen tiedotteeseen nähden. Vähiten oli muokattu pankkitukitiedotetta, jonka versiot oli selvästi suunnattu valikoidummalle yleisölle kuin muut lokalisoituneet tiedotteet.

Lokalisointistrategioista lisäyksiä käytettiin tuomaan tiedotteisiin paikallista näkökulmaa tai Irlannin edustuston tapauksessa lukijaa mahdollisesti kiinnostavaa tietoa, joka oli poimittu todennäköisesti lisätietolinkkien materiaalista. Lisäyksiä ei sen sijaan juuri käytetty selventämään epäselviä kohtia, vaan tähän tarkoitukseen käytettiin pääasiassa poistoja ja korvauksia. Poistot taas kohdistuivat tyypillisesti EU-toiminnan byrokraattisiin yksityiskohtiin, joita ei nähty tarkoituksenmukaiseksi informaatioksi toimittajille ja tavallisille kansalaisille. Toisin sanoen tiedotteista poistettiin ne byrokraattiset yksityiskohdat, jotka edustavat nimenomaan EU-kulttuuria, ja näin ollen tiedotteet ovat tälläkin tavalla siirtyneet toiselle kulttuurialueelle, mikä on lokalisoinnin perusajatus. Asioiden esitysjärjestyksen muutoksia taas käytettiin tiedotteen selkiyttämiseen ja ”käänteisen pyramidin” rakenteen kohentamiseen.

Myös korvauksia käytettiin alkutekstin byrokraattisten piirteiden lokalisointiin: niillä muokattiin alkuperäisen tiedotteen kieliasua yksinkertaisemmaksi ja helppolukuisemmaksi. Pieni osa korvauksista kohdistui tekstikonventioiden muokkaamiseen (esimerkiksi ilmaisun *2,1 %* muuttaminen muotoon *2,1 Prozent*), mikä tuntuu yllättävältä, sillä lokalisoinnin lähtökohtanaan oli samalla kielellä laadittu alkuteksti, jonka ovat tuottaneet oletettavasti ammattitaitoiset kääntäjät. Suomen edustuston tapauksessa korvauksia käytettiin myös muokkaamaan alkutekstin kieltä idiomaattisemmaksi. Tämä poikkesi muiden tutkittujen edustustojen menettelytavoista, sillä englanninkielisissä ja saksankielisissä tiedotteissa päinvastoin hyödynnettiin laajamittaisesti alkutekstistä suoraan otettuja virkkeitä ja suurempia tekstikappaleita. Suomen edustuston tiedotteet taas olivat pitkälti kokonaan uudelleenkirjoitettuja, ja alkutekstin muotoiluja käytettiin vain paikoin.

Syynä tiedotteiden uudelleenkirjoittamiseen saattaa olla yksinkertaisesti se, että suomenkielinen alkuteksti on ollut tyyliltään englannin- ja saksankielisiä toisintoja eurokielisempi: Kaisa Koskisen mukaan EU-englanti eroaa ratkaisevasti EU-suomesta¹ (2008b, 135), mihin viittaa myös se seikka, että brittitiedotteissa on hyödynnetty eniten alkutekstin kieliasua. Irlannin tiedotteita on taas tuotu selvästi lähemmäksi lukijaa (ks. alla), joten niiden pohjalta ei voi tehdä päätelmiä euroenglannista. Saksan tiedotteiden runsas alkutekstin hyödyntäminen näyttää myös viittaavan siihen, että saksankielinen alkuteksti on ollut suomalaista luettavampaa.

Lokalisointitoimintaa korostaa kiinnostavalla tavalla se, että jokaisella tarkastellulla edustustolla on lokalisoinnissaan piirre, jota ei ole muilla edustustoilla. Britannian kahdessa tiedotteessa vahvasti lokalisoitu versio oli yhdistetty muokkaamattomaan alkutekstiin, mikä teki teksteistä liian pitkiä lehdistötiedotteiksi ja heikensi niiden luettavuutta. Asiat muun muassa kerrottiin kahdessa osassa: ensin paikallisesta näkökulmasta ja reilusti myöhemmin koko Euroopan näkökulmasta. Tiedotteista syntyikin vaikutelma, että kaikki Eurooppaa koskevat tiedot olivat vain taustatietoja niille, joita asia

¹ Kaisa Koskinen toteaa, että EU-dokumenttien englanti käsittää ”normaaleja” ja jopa arkipäiväisiä ilmaisutapoja, jotka kuitenkin muuttuvat virallisempaan muotoon tekstin suomennosprosessin aikana (2008b, 135). Esimerkkinä Koskinen mainitsee metaforat: Englannin kielessä on runsaasti metaforia, ja niitä käytetään myös EU-dokumenteissa, mikä tekee tekstistä luonnollista ja ilmaisykykyistä. Käännösprosessin aikana ilmeikkäät metaforat kuitenkin syrjäyttää virallisemman tyylin suomenkielinen teksti, minkä vuoksi käännöksen lukeminen on raskaampaa ja tekstiä on sen myötä hankalampi ymmärtää. (mts. 136–138.)

Koskisen tutkimuksessaan tarkastelemassa EU-dokumentissa käytetty englanti käyttää metaforien lisäksi myös muita kielellisiä keinoja rytmittää ja korostaa tekstiä, kuten etu- ja jälkimääritteitä, konnektoreina toimivia adverbjejä (kuten *in particular* ja *in principle*) sekä pilkkuja. Suomenkielisen käännöksen keinot taas rajoittuvat etumääritteiden käyttöön, mistä on seurauksena pitkät substantiivilausekkeet, joissa on peräkkäin useita genetiivimääritteitä. Lisäksi EU-suomelle on tyypillistä runsas passiivin käyttö, uudissanat sekä abstrakti tyyli, joita esiintyy myös Suomen kansallisten viranomaisten kielenkäytössä. (mts. 134.)

kiinnostaa. Muissa brittitiedotteissa oli pohjana alkuteksti, johon oli tehty pieniä muokkauksia: muutettu yksittäisiä sanoja ja kappalejakoja sekä poistettu tarpeettomiksi katsottuja yksityiskohtia. Britannian lokalisoidut versiot olivatkin kieliasultaan tutkituista tiedotteista lähimpänä alkutekstiä.

Irlannin edustuston tiedotteet erosivat muista siinä, että niiden lokalisoinnissa oli keskeistä tekstin muokkaaminen tavalliselle, eikä niinkään nimenomaan irlantilaiselle, lukijalle: tiedotteissa esiintyi puhekielimäisyyksiä ja lukijan suoraa puhuttelua. Toisaalta tiedotteisiin oli lisätty alkutekstien sisältöön kuulumatonta informaatiota, joka liittyi läheisesti aiheeseen ja kiinnosti hyvin suurella todennäköisyydellä aiheesta kiinnostunutta lukijaa.

Saksan lokalisoidut tiedotteet erosivat muista tiedotteista siinä, että vaikka niissä oli Britannian tiedotteiden tapaan hyödynnetty merkittävästi alkutekstin kieliasua, tekstejä laadittaessa on silti valittu huolellisesti se, mitä alkutekstin sisällöstä otetaan mukaan lokalisoituun versioon. Lokalisoitujen tiedotteiden alut on tyypillisesti kirjoitettu kokonaan uudestaan, ja muussa tiedotteessa on yhdistelty alkutekstistä otettuja virkkeitä kappaleiksi alkutekstistä poikkeavalla tavalla sekä muutettu tarvittaessa asioiden esitysjärjestystä. Näiden muutosten myötä tiedotteista on saatu alkutekstiä selkeämpiä, vaikka itse kieliasua on muokattu suhteellisen vähän. Lisäksi Saksan tiedotteissa on muista poiketen lyhennetty alkuteksteissä esiintyneitä komissaarin lausuntoja.

Suomen tiedotteet erosivat muista tiedotteista huomattavimmin jo yllä mainituilta osin, eli ne on kirjoitettu lähes kokonaan uudestaan ja alkutekstistä suoraan otettuja virkkeitä oli hyvin vähän. Suomen edustuston tiedotteissa oli muista poiketen myös leipätekstiin sijoitettuja lisätietolinkkejä, jotka antavat lukijalle mahdollisuuden saada tarkempaa tietoa jo tiedotetta lukiessa eikä vasta sen lopussa, kuten muiden tiedotteiden tapauksessa. Leipätekstiin sijoitetut linkit ehkäisevät näin tehokkaasti vieraiden käsitteiden aiheuttamaa lukijan kiinnostuksen herpaantumista. Suomen edustuston tiedotteista on myös jätetty kokonaan pois alkuteksteissä esiintyneet komissaarin lausunnot. Tämä on kiinnostava ratkaisu Jacobsin lehdistötiedotteiden metapragmatiikan teorian näkökulmasta, sillä teoriassa sitaateilla on merkittävä asema tiedotteiden muokkaamisessa median tarpeita vastaaviksi: ne muun muassa edistävät henkilöitävyyden ja draaman uutiskriteerien täyttymistä sekä tukevat ja vahvistavat tiedotteen muun sisältöä.

Yllättäen tutkimusaineistosta löytyi myös tapauksia, joissa lokalisoidun tiedotteen sisältöä oli muunneltu alkutekstiin verrattuna. Saksan Erasmus-tiedotetta ja Britannian uimavesitiedotetta oli manipuloitu tarkoituksellisesti, sillä molempien tiedotteiden sisältö oli alkutekstiä huomattavasti

suosiollisempi edustuston sijaintimaalle: Saksan tiedotteessa julistettiin saksalaisten opiskelijoiden uusineen asemansa innokkaimpina Erasmus-vaihtoon lähtijöinä lukumäärissä mitattuna, vaikka alkutekstissä lähtöinnokkuus mitattiin lähteneiden osuutena koko maan opiskelijamäärästä eikä Saksa ollut ainakaan neljän innokkaimman lähtijämaan joukossa. Britannian tiedotteessa taas ylistettiin vuolaasti paikallisten uimavesien laatua, vaikka todellisuudessa Britannia ei saavuttanut edes EU:n keskiarvoa. Myös Irlannin hätänumerotiedotteen sisältöä oli muokattu, joskaan syynä ei ollut kansallistunnon pönkittäminen: hätänumeron sanottiin palvelevan EU-kansalaisia ulkomailla näiden omalla kielellä, vaikka alkutekstin mukaan näin ei nimenomaan tapahdu.

Geert Jacobsin mukaan lehdistötiedotteet on muotoiltu uutisten kaltaisiksi, jotta varmistettaisiin niiden julkaiseminen tiedotusvälineissä. Tässä tutkimuksessa selvisi, että lokalisoitujen tiedotteiden noudattivat tyyliltään pitkälti tyypillistä lehdistötiedotetta, joten tarkasteltujen edustustojen voidaan todeta Jacobsin näkemysten puolesta onnistuneen ainakin tyydyttävästi tehtävässään tarjota tiedotusvälineille uutismateriaalia. Lehdistötiedotteille tyypillisesti lokalisoitujen tiedotteiden otsikot olivat yleensä lyhyempiä ja kieleltään vähemmän byrokraattisia kuin alkutekstien otsikot. Kaikkien tiedotteiden – lukuun ottamatta Irlannin uimavesitiedotetta – tärkeimmät asiat löytyivät tiedotteiden ensimmäisestä kappaleesta. Ensimmäisen kappaleen sisältöä oli myös useissa tiedotteissa muokattu alkutekstin ingressiä toimivammaksi. Asioiden esitysjärjestyksen muokkaamisen ansiosta suurin osa tiedotteista noudatti ”käänteisen pyramidin” rakennetta eli kertoi asiat suurin piirtein tärkeysjärjestyksessä. Selvän, yksinkertaisen ja neutraalin kielen vaatimuksen täyttivät parhaiten Suomen tiedotteet, joissa ei ollut juurikaan käytetty suoraan alkutekstistä peräisin olevia virkkeitä vaan jotka oli kirjoitettu pitkälti kokonaan uudestaan. Täysin päinvastaisen esimerkin tarjosivat Irlannin tiedotteissa esiintyneet puhekielisyydet ja lukijan suora puhuttelu, jotka eivät vastaa ainakaan laatumedioiden tyyli vaatimuksia. Yksi piirre oli yhteinen kaikille tarkastelluille tiedotteille: niissä viitattiin komissioon tai EU:hun aina kolmannessa persoonassa. Suhteellisen lyhyden periaate – tiedote mahtui yhdelle A4-arkille – toteutui kaikissa Saksan ja Suomen edustustojen tiedotteissa sekä Britannian ja Irlannin laturitiedotteissa ja lisäksi melkein Britannian ja Irlannin hätänumerotiedotteissa.

Lokalisointiprosessin aikana tiedotteista olikin tehty muotoilultaan median kannalta huomattavasti toimivampia kuin komission alkuperäiset tiedotteet, joiden selvimpiä ongelmia olivat liiallinen pituus sekä tiedotusvälineiden sekä niiden yleisöjen kannalta tarpeettomat yksityiskohdat. Lokalisoituissa tiedotteissa havaitut ongelmat johtuivat siitä, että tiedotteet muistuttivat liikaa alkutekstiä eli niitä ei ollut lokalisoitu tarpeeksi. Sen sijaan lokalisointiprosessin aikana tehtyt

tekstien muokkaukset – poikkeuksena Irlannin tiedotteissa esiintyneet puhekielisyydet ja lukijan suora puhuttelu – tekivät tiedotteista paremmin median muoto-odotuksia vastaavia. Puutteellinen lokalisointi oli selvintä niissä tapauksissa, joissa lokalisoitu osa yhdistettiin käytännössä katsottuna käsittelemättömään alkutekstiin, mistä seurasi tiedotteen liiallinen pituus, oudolta vaikuttava asioiden esittämisjärjestys sekä lukijoiden kannalta epätarkoituksenmukaiset yksityiskohdat.

Tämänkin havainnon pohjalta alkutekstin muokkaaminen jollakin tavalla oli välttämätöntä, jotta saataisiin toimiva lehdistötiedote. Saksan tiedotteet osoittivat, että vaikka käyttäisikin suurelta osin suoraan alkutekstistä otettuja virkkeitä, lokalisoidusta tiedotteesta saa toimivia, kunhan valikoi tarkasti esitetyn sisällön, yhdistelee alkutekstin virkkeitä uudella tavalla kappaleiksi sekä muokkaa asioiden esitysjärjestystä. Saksan tiedotteisiin on toki valikoitu tarkasti suoraan alkutekstistä otettavat virkkeet, sillä tiedotteissa oli myös esimerkkejä alkutekstiin verrattuna huomattavastikin yksinkertaistetuista virkkeistä, joita löytyy etenkin tiedotteiden ensimmäisistä kappaleista. Suomen tiedotteiden kieliasua on taas pakon sanelemana muokattu tarkastelluista tiedotteista eniten suhteessa alkutekstiin, mikä on johtanut muita tiedotteita selkeämpään ja helppolukuisempaan kieleen. Kiinnostava näkökulma onkin pohtia, olisiko alkutekstin kieliasua muokattu näin paljon ja saatu tällaista lopputulosta, jos alkuteksti olisi kirjoitettu idiomaattisella suomella. Lyhyytensä ja tiiviytensä, selkeän kielensä ja informaatorakenteensa sekä tarkoin valikoidun sisältönsä vuoksi Suomen ja Saksan tiedotteet vastasivat Geert Jacobsin ajatuksia lehdistötiedotteiden muotoilusta uutisten kaltaisiksi.

Tyyliään lokalisoidut tiedotteet olivat pääasiassa neutraaleja, sillä niissä esiintyi selvästi mielikuvia muokkaamaan pyrkiviä piirteitä lähinnä vain otsikoissa ja EU-toiminnan merkitystä korostavissa komissaarien lausunnoissa – poikkeuksena muodostivat laturitiedotteet, joissa mielikuvia muokkaavia elementtejä löytyi myös leipätekstistä. Toisaalta on huomattava, että jo tiedotteen laatimisella pyritään muokkaamaan mielikuvia: annetaan tietoa siitä, että EU toimii tässäkin asiassa, ja selitetään, mitä etua siitä on kansalaisille. Lokalisoiduissa tiedotteissa luotetaan siis suoria keinoja enemmän epäsuoriin keinoihin muokata unionia koskevia mielikuvia. Samalla Maria Lindholmin komission alkuperäisistä tiedotteista tekemät havainnot, joiden mukaan tiedotteiden yhtenä tehtävänä on esitellä unionin toiminnan kansalaisille tuomaa lisäarvoa ja antaa unionin toiminnalle oikeutus, näyttävät pätevän myös lokalisoituihin versioihin.

Lehdistötiedotteiden kohdalla voi vastata median tarpeisiin myös kielenulkoisin seikoin, kuten tiedotteen julkaisupäivän avulla: lehdistötiedotteiden tapauksessa on tärkeää, että tiedotusvälineet

saavat tiedotteen mahdollisimman nopeasti haltuunsa, sillä uutiset vanhenevat nopeasti. Tarkastellut tiedotteet oli muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta päivätty alkutekstin julkaisupäivänä tai sitä seuraavana päivänä, joten edustustot onnistuivat tässä asiassa pääasiassa hyvin. Lisätietojen tarjoamisessa edustustot sen sijaan erosivat toisistaan selvästi: Kun lehdistötiedotteissa normaalisti annetaan tekstin lopussa yhteystiedot lisätietojen kysymistä varten, tässä tutkimuksessa vain Britannian edustusto teki näin. Muut edustustot antoivat alkutekstin tapaan ainoastaan lisätietolinkkejä, jotka olivat joko samat kuin alkutekstissä tai joita oli lokalisoitu. Linkkien lokalisoinnissa oli havaittavissa kaksi edustustokohtaista piirrettä: Suomen edustuston tapauksessa oli jo mainittujen leipätekstilinkkien lisäksi mukana muutamia lisätietolinkkejä, jotka ohjasivat käyttäjän englanninkielisille sivuille mainitsematta etukäteen, että sivua ei ole saatavilla suomeksi, joten suomenkielisen tiedotteen lukijan oletetaan pystyvän ongelmitta lukemaan englanninkielisiä sivuja. Saksan edustusto taas antoi jokaisessa lokalisoidussa tiedotteessa linkin alkuperäiseen tiedotteeseen, mitä muut tarkastellut edustustot tekivät ainoastaan satunnaisesti. Edustustojen erilainen tapa antaa lisätietoja herättää kysymyksen, voiko Internetissä julkaistun tiedotteen lukija lisätietoja halutessaan ottaa edustustoon yhteyttä eli onko jossakin edustuston sivulla annettu ohjeita lisätietojen kysymisestä ja jos on, niin miksi niitä ei ole annettu jokaisen tiedotteen yhteydessä tai siinä osassa sivustoa, jolla lehdistötiedotteita julkaistaan.

Luvussa 6.1 esitin ajatuksen, jonka mukaan maan kansalaisten yleinen suhtautuminen maansa EU-jäsenyyteen näkyy edustuston lokalisointiratkaisuissa. Tutkimusaineistosta löytyikin muutamia viittauksia tähän suuntaan, mutta myös vastakkaisia piirteitä: Esimerkiksi negatiivisesti EU-jäsenyyteen suhtautuvaksi maaksi luokitellun Britannian kahdessa tiedotteessa oli runsaasti lokalisointia, mikä näyttäisi tukevan tarvetta parantaa tiedotteita julkaisevan organisaation julkisuuskuvaa, mutta toisaalta kaikissa tiedotteissa oli hyödynnetty runsaasti alkutekstin kieliasua. Positiiviseksi maaksi luokitellun Irlannin tiedotteiden otsikot olivat asiasana-analyysin tulosten mukaan hyvin samankaltaisia kuin negatiivisesti suhtautuvan Britannian, mutta toisaalta Irlannin tiedotteissa oli brittitiedotteita huomattavasti vähemmän paikallista näkökulmaa, mikä puolestaan näyttäisi viittaavan kohdeyleisön suopeaan suhtautumiseen unioniin ja unionin toiminnan tuntemiseen. Paikallista näkökulmaa oli maltillisesti myös positiivisesti unionin jäsenyyteen suhtautuvaksi maaksi luokitellun Saksan tiedotteissa, sillä niiden otsikot sisälsivät niukasti kansallisia asiasanoja, tiedotteisiin oli liitetty huomattavasti Britanniaa maltillisemmin paikallista näkökulmaa ja lukijan oletettiin tuntevan EU:n toimintaa, sillä teksteissä oli mukana EU-tyylisiä ilmauksia ja toisaalta esimerkiksi Erasmus-ohjelmaan viitattiin vain ilmaisulla *vaihto-ohjelma*, kun muissa tiedotteissa termiä selitettiin monisanaisemmin.

Tutkimuksen aikana selvisi, että edustustojen lokalisoitotoiminnan aktiivisuudessa on eroja: ainakin Ranskan, Belgian, Luxemburgin ja Espanjan edustustot julkaisevat komission alkuperäisiä tiedotteita täysin käsittelemättöminä, ja toisaalta ainakin Itävallan ja Maltan edustustot julkaisevat sivuillaan suhteellisen pienen määrän tiedotteita. Toisessa ääripäässä on Saksan edustusto, joka julkaisi tarkasteluajanjaksolla 701 lokalisoitua lehdistötiedotetta – vertailun vuoksi komissio julkaisi Maria Lindholmin mukaan vuosina 2000–2006 vuosittain 1500–2000 lehdistötiedotetta.

Lokalisointitoiminnan aktiivisuuden erot ovat kiinnostavia myös EU:n uuden viestintästrategian toimimisen kannalta: Viestintästrategian yhtenä osa-alueenahan on paikallisiin oloihin muokattu viestintä, jonka toteutuminen on puutteellista, jos kaikki edustustot eivät julkaise paikallisia tarpeita vastaavaa uutismateriaalia. Tilanteesta muodostuu noidankehä, sillä juuri puutteellisen viestinnän katsottiin alkujaan olleen osasyynä kansalaisten negatiiviseen ja välinpitämättömään suhtautumiseen unioniin ja uuden viestintästrategian tarkoituksena oli siirtää viestintää paikallistasolle, jotta kansalaisten tarpeisiin pystyttäisiin paremmin vastaamaan. Kuitenkaan pelkkä lehdistötiedotteiden lokalisointi tai edes laajamittainen paikallistason viestintä ei pysty radikaalisti muuttamaan kansalaisten mielikuvia unionista: kuten tässä tutkielmassa (ks. luku 2.3) on esitetty, toimija pystyy muokkaamaan ihmisten mielikuvia itsestään vain rajallisesti, koska ihmiset itse muodostavat mielikuvat toimijan oman tarkoituksellisen ja tahattoman toiminnan sekä toisaalta myös muista lähteistä saamiensa toimijaa koskevien tietojen pohjalta. Paikallistason viestintä voi kuitenkin parantaa yleistä mielikuvaa unionista pelkästään olemalla olemassa, sillä se tarjoaa valmisteltua ja unionista positiivista kuvaa antavaa uutismateriaalia, jota mediat hyödyntävät. EU:sta kuitenkin uutisoitaisiin joka tapauksessa, toimipa paikallisiin oloihin muokattu viestintä tai ei, mutta uutisointi voitaisiin toteuttaa myös unionille epäsuosiollisemmalla tavalla.

Komission paikallisoloihin muokattu viestintä on mielenkiintoinen aihe myös jatkotutkimukselle. Tässä tutkimuksessa olen pyrkinyt esittelemään kattavasti Britannian, Irlannin, Saksan ja Suomen edustustojen lokalisoitotoimintaa sekä arvioimaan niiden tuottamien tiedotteiden toimivuutta tiedotusvälineiden näkökulmasta. Mahdollisia jatkotutkimuksen aiheita on esimerkiksi laajentaa tutkimusta tästä tutkielmasta pois jääneisiin edustustoihin ja verrata niiden lokalisoitotoimintaa tämän tutkimuksen tuloksiin tai seurata, miten jonkin EU-maan tiedotusvälineet ovat hyödyntäneet sikäläisen komission edustuston laatimia tiedotteita ja kuinka paljon niitä on mahdollisesti muokattu edelleen. Mielenkiintoinen tutkimusaihe olisi myös haastatella lokalisoitujen tiedotteiden laatijoita esimerkiksi siitä, kuinka lokalisoitotoiminta on heidän edustustossaan järjestetty, millaisia periaatteita he noudattavat työssään ja kuinka tietoisesti he käyttävät erilaisia lokalisoitustrategioita.

Lähdeluettelo

Tutkimusaineisto

Euroopan komission Suomen edustusto. Viitattu 26.10.2009, 27.10.2009, 10.11.2009, 21.2.2010.
http://ec.europa.eu/finland/index_fi.htm

The European Commission Representation in the United Kingdom. Viitattu 26.10.2009, 27.10.2009, 2.11.2009, 10.11.2009, 24.2.2010.
http://ec.europa.eu/unitedkingdom/index_en.htm

Latest News from the European Commission Representation in Ireland. Viitattu 26.10.2009, 27.10.2009, 7.11.2009, 10.11.2009, 25.2.2010.
http://ec.europa.eu/ireland/press_office/index_en.htm

Die Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland. Viitattu 27.10.2009, 31.10.2009, 1.11.2009, 10.11.2009, 27.2.2010.
http://ec.europa.eu/deutschland/index_de.htm

IP/09/1204. Erasmus-opiskelijoita jo 2 miljoonaa/Erasmus reaches the 2 million students mark/Mehr als 2 Millionen Erasmus-Studierende. Viitattu 29.11.2009 ja 11.3.2010.
<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1204>

Deutsche Studenten erneut Erasmus-Spitzenreiter. Viitattu 10.11.2009 ja 11.3.2010.
http://ec.europa.eu/deutschland/press/pr_releases/8652_de.htm

Erasmus-opiskelijoita jo kaksi miljoonaa. Viitattu 10.11.2009 ja 11.3.2010.
http://ec.europa.eu/finland/news/press/090731_fi.htm

More UK students go abroad with EU's Erasmus programme. Viitattu 10.11.2009 ja 11.3.2010..
http://ec.europa.eu/unitedkingdom/press/press_releases/2009/pr0996_en.htm

Top marks for Erasmus programme. Viitattu 10.11.2009 ja 11.3.2010.
http://ec.europa.eu/ireland/press_office/media_centre/july2009_en.htm#1

IP/09/903. Bathing water quality improving in the EU/ Bessere Qualität der Badegewässer in der EU/ Uimavesien laatu yhä parempi EU:ssa. Viitattu 29.11.2009.
<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/903>

Come on in - the water's lovely! Viitattu 10.11.2009 ja 13.3.2010.
http://ec.europa.eu/ireland/press_office/media_centre/june2009_en.htm#18

Deutsche Badegewässer besonders sauber. Viitattu 10.11.2009 ja 14.3.2010.
http://ec.europa.eu/deutschland/press/pr_releases/8536_de.htm

European Commission recognises excellence of UK bathing waters. Viitattu 10.11.2009 ja 13.3.2010.

http://ec.europa.eu/unitedkingdom/press/press_releases/2009/pr0949_en.htm

Suomen uimavedet kirkkaasti EU-kunnossa. Viitattu 10.11.2009 ja 13.3.2010.

http://ec.europa.eu/finland/news/press/090611_fi.htm

IP /09/240. 112: Commission says EU single emergency number must get multilingual/Komissio haluaa EU:n yhteisen 112-hätäpuhelupalvelun monikieliseksi/Notruf 112: Kommission fordert Mehrsprachigkeit für einheitlichen europäischen Notruf. Viitattu 26.10.2009 ja 18.3.2010.

<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/240>

112: Commission says EU single emergency number must get multilingual. Viitattu 26.10.2009 ja 17.3.2009.

http://ec.europa.eu/unitedkingdom/press/press_releases/2009/pr0906_en.htm

Europaweiter Notruf 112 in allen Sprachen. Viitattu 26.10.2009 ja 18.3.2010.

http://ec.europa.eu/deutschland/press/pr_releases/8285_de.htm

EU viettää 112-päivää 11.2. Viitattu 26.10.2009 ja 17.3.2010.

http://ec.europa.eu/finland/news/press/090210a_fi.htm

Need Emergency services in the EU? Dial 112. Viitattu 26.10.2009 ja 18.3.2010.

http://ec.europa.eu/ireland/press_office/media_centre/feb09_en.htm#15

IP/09/1049. Commission welcomes industry's commitment to provide a common charger for mobile phones/ Kommission begrüßt Einigung der Industrie auf ein universelles Ladegerät für Mobiltelefone/ Matkapuhelinvalmistajat lupaavat: sama laturi kaikille puhelimille. Viitattu 29.11.2009.

<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1049>

Finally, common phone chargers for all mobiles - EU Commission helps leading phone companies agree on standards. Viitattu 10.11.2009 ja 21.3.2010.

http://ec.europa.eu/ireland/press_office/media_centre/june2009_en.htm#1

Nur noch ein Ladegerät für alle Mobiltelefone. Viitattu 10.11.2010 ja 22.3.2010

http://ec.europa.eu/deutschland/press/pr_releases/8580_de.htm

Sama laturi kaikille kännyköille. Viitattu 10.11.2009 ja 20.3.2010.

http://ec.europa.eu/finland/news/press/090701b_fi.htm

Universal charger for mobile phones welcomed by European Commission. Viitattu 10.11.2009 ja 20.3.2010.

http://ec.europa.eu/unitedkingdom/press/press_releases/2009/pr0970_en.htm

IP/09/1180. Komissio antoi suuntaviivat pankkien rakenneuudistustuesta/Staatliche Beihilfen: Kommission veröffentlicht Erläuterungen zu Umstrukturierungsbeihilfen für Banken/State aid: Commission presents guidelines on restructuring aid to banks. Viitattu 22.3.2010.
<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1180>

European Commission agrees guidelines on aid to banks. Viitattu 22.3.2010.
http://ec.europa.eu/ireland/press_office/media_centre/july2009_en.htm#5

Pankkien rakenneuudistustuelle EU-ohjeet. Viitattu 22.3.2010.
http://ec.europa.eu/finland/news/press/090723_fi.htm

Rentabilität der Banken gewährleisten. Viitattu 22.3.2010.
http://ec.europa.eu/deutschland/press/pr_releases/8643_de.htm

State aid: Commission presents guidelines on restructuring aid to banks. Viitattu 22.3.2010.
http://ec.europa.eu/unitedkingdom/press/press_releases/2009/pr0994_en.htm

Lähteet

Baisnée, Olivier 2002. "Can political journalism exist at the EU level?" Teoksessa Raymond Kuhn & Erik Neveu (edit.). *Political Journalism. New challenges, new practices*. 108–128. Routledge, London & New York.

Bell, Allan 1991. *The Language of News Media*. Blackwell, Oxford UK & Cambridge MA.

Beninato, Renato S. & Kelly, Nataly 2009. Ranking of Top 30 Language Services Companies. Common Sense Advisory. Viitattu 12.9.2009.
http://www.commonsenseadvisory.com/members/res_cgi.php/090513_QT_2009_top_30_lsps.php

Brants, Kees & van Kempen, Hetty 2002. "The ambivalent watchdog. The changing culture of political journalism and its effects." Teoksessa Raymond Kuhn & Erik Neveu (edit.). *Political Journalism. New challenges, new practices*. 168–185. Routledge, London & New York.

Brüggemann, Michael, De Clerck-Sachsse, Julia & Kurpas, Sebastian 2006. *Towards Communication? Evaluating the Activities of the European Commission in the field of Communication*. CEPS Study commissioned by the European Parliament Budget Committee. Luettavissa myös osoitteessa:
<http://www.ceps.eu/book/towards-communication>

Candelin, Anu & Kipinöinen, Tanja 2007. *Lokalisoinnin markkinat Suomessa*. Pro gradu -tutkielma. Klassillisten ja romaanisten kielten laitos, Turun yliopisto.

Christiansen, Thomas 2006. "The European Commission: the European executive between continuity and change". Teoksessa Jeremy Richardson (edit.). *European Union. Power and policy-making*. 99–120. Routledge, London & New York.

Dunne, Keiran J. (edit.) 2006. *Perspectives on Localization*. John Benjamins Publishing Company, Amsterdam/Philadelphia

Esselink, Bert 2006. "The Evolution of Localization". Teoksessa Anthony Pym, Alexander Perekrestenko & Bram Starink (edit.). *Translation Technology and its Teaching (with much mention of localization)*. 21–29. Intercultural Studies Group, Universitat Rovira i Virgili.

Esser, Frank, Reinemann, Carsten & Fan, David 2001. "Spin Doctors in the United States, Great Britain and Germany. Metacommunication about Media Manipulation". *The International Journal of Press/Politics* 6 (1). 16–45.

EUR-Lex 2009. ASETUS N:o 1. Euroopan talousyhteisössä käytettäviä kieliä koskevista järjestelyistä (EYVL L 17, 6.10.1958, s. 385). Päivätty 1.1.2007. Viitattu 23.11.2009.
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1958R0001:20070101:FI:PDF>

Euroopan komissio 2009a. *Kääntäminen monikielisessä yhteisössä*. Luettavissa myös osoitteessa:
http://ec.europa.eu/dgs/translation/publications/brochures/translating_eu_brochure_fi.pdf

Euroopan komissio 2009b. Laajentuminen. Maat. Viitattu 22.11.2009.
http://ec.europa.eu/enlargement/countries/index_fi.htm

Europa 2009a. 12 oppituntia Euroopasta. 1. Euroopan unioni – miksi? Viitattu 22.11.2009.
http://europa.eu/abc/12lessons/lesson_1/index_fi.htm

Europa 2009b. Euroopan komissio. Viitattu 9.11.2009.
http://europa.eu/institutions/inst/comm/index_fi.htm

European Commission 2009a. Local Offices. DG Translation. Päivitetty 11.8.2009. Viitattu 2.11.2009.
http://ec.europa.eu/dgs/translation/getintouch/localoffices/index_en.htm

European Commission 2009b. *Standard Eurobarometer 71. Public opinion in the European Union*. Luettavissa myös osoitteessa:
http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb71/eb71_std_part1.pdf

Fossum, John Erik & Schlesinger, Philip (edit.) 2007. *The European Union and the Public Sphere. A communicative space in the making?* Routledge, London & New York.

Frisk, Maikki 2008. *Web site globalization and localization – A multinational company in an attempt to access the global eMarketplace*. Pro gradu -tutkielma. Kieli- ja käännöstieteiden laitos, Tampereen yliopisto. Luettavissa myös osoitteessa:
<http://tutkielmat.uta.fi/tutkielma.php?id=19225>

Hurme, Raija, Pesonen, Maritta & Syväoja, Olli 2001. *Englanti–suomi-suursanakirja*. Werner Söderström Osakeyhtiö, Helsinki. 13. painos.

Jacobs, Geert 1999. *Preformulating the News. An Analysis of the Metapragmatics of Press Releases*. John Benjamins Publishing Company, Amsterdam/Philadelphia.

Jakobson, Roman 2000 [1959]. "On Linguistic Aspects of Translation". Teoksessa Lawrence Venuti (edit., advisory editor Mona Baker). *Translation Studies Reader*. 113–118. Routledge, London & New York.

Karvonen, Erkki 1997. *Imagologia. Imagon teorioiden esittelyä, analyysiä, kritiikkiä*. Väitöskirja. Acta Universitatis Tamperensis 544/ Acta Electronica Universitatis Tamperensis 742. Tiedotusopin laitos, Tampereen yliopisto. Luettavissa myös osoitteessa:
<http://acta.uta.fi/teos.php?id=11092>

Karvonen, Erkki 1999. *Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. Gaudeamus, Helsinki.

Koskinen, Kaisa 2000. "Institutional Illusions. Translating in the EU Commission." *The Translator, Volume 6, Number 1*. 49–65.

Koskinen, Kaisa 2008a. "Kansalaiset keskustelevat – kuuleeko EU?" Teoksessa Heli Katjamäki, Merja Koskela & Suvi Isohella (toim.). *Lukija- ja käyttäjälähtöinen viestintä. Viestinnän tutkimuksen päivät 2007*. Vaasan yliopiston julkaisuja. Selvityksiä ja raportteja 152. 138–144. Vaasan yliopisto, Vaasa. Luettavissa myös osoitteessa:
http://www.uwasa.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-233-5.pdf

Koskinen, Kaisa 2008b. *Translating Institutions. An Ethnographic Study of EU Translation*. St. Jerome Publishing, Manchester, UK & Kinderhook (NY), USA.

Koskinen, Kaisa 2009. "Going Localised - Getting Recognised. The Interplay of the Institutional and the Experienced Status of Translators in the European Commission". *Hermes, Journal of Language and Communication Studies*, 42 – 2009. 93–110.

Kristensen, Tine 2002. "Localisation and Tourist Brochures. Perspectives". *Studies in Translatology*, vol. 10, issue 3. 193–205.

Kuutti, Heikki 2006. *Uusi mediasanasto*. Atena Kustannus Oy, Jyväskylä.

Käännöstieteen opetusohjelma 2009–2010. Yleisen kielitieteen laitos. Helsingin yliopisto. Viitattu 11.10.2009.
<http://www.ling.helsinki.fi/monako/opinnot/09-10/index.shtml>

Kääntämisen opetussanasto. Kääntämisen ja tulkkauksen keskus, Turun yliopisto. Viitattu 9.9.2009 ja 30.12.2009.
<http://vanha.hum.utu.fi/centra/pedaterm/>

Laaksonen, Jari 2004. *Yrityksen lokalisointitoimintojen hallinta: arviointi ja toimintamallin laatiminen*. Pro gradu -tutkielma. Englannin kielen laitos, Turun yliopisto.

Lassen, Inger 2006. "Is the Press Release a Genre? A Study of Form and Content". *Discourse Studies*, 8, 4. 503–530.

Lindholm, Maria 2007. *La Commission européenne et ses pratiques communicatives: Étude des dimensions linguistiques et des enjeux politiques des communiqués de presse*. Doctoral thesis. Linköping Studies in Arts and Science, Studies in Language and Culture. Institutionen för kultur och kommunikation. Linköpings universitet. Luettavissa myös osoitteessa:
<http://liu.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:24175>

LISA. Globalization Glossary. Viitattu 17.7.2009.
<http://www.lisa.org/Glossary.108.0.html>

Mazur, Iwona 2007. "The metalanguage of localization. Theory and practice." *Target* 19:2. 337–357.

Mazzoleni, Gianpietro & Schulz, Winfried 1999. "'Mediatization' of politics: A challenge for democracy?" *Political Communication* vol. 16, issue 3. 247–261.

McCormick, John 2004. *The European Union. Politics and policies*. Third edition. Westview Press, A Member of the Perseus Books Group.

McNair, Brian 2007. *An Introduction to Political Communication*. Fourth Edition. First Edition in 1995. Routledge, London and New York.

Meyer, Christopher O. 2009. "Does European Union politics become mediatized? The case of the European Commission". *Journal of European Public Policy*, vol. 16, issue 7 (October 2009). 1047–1064.

MonAKO Glossary. Yleisen kielitieteen laitos, Helsingin yliopisto. Viitattu 9.9.2009 ja 30.12.2009.

<http://www.ling.helsinki.fi/monako/atk/glossary.shtml>

Möra, Tuomo 2008. "Miksi Euroopan unioni ei kiinnosta kansalaisia?" Teoksessa Heli Katajamäki, Merja Koskela & Suvi Isohella (toim.). *Lukija- ja käyttäjälähtöinen viestintä. Viestinnän tutkimuksen päivät 2007*. Vaasan yliopiston julkaisuja. Selvityksiä ja raportteja 152. 160–169. Vaasan yliopisto, Vaasa. Luettavissa myös osoitteessa:

http://www.uwasa.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-233-5.pdf

Negrine, Ralph 1994. *Politics and the Mass Media in Britain*. Second edition. Routledge, London & New York.

Nieminen, Hannu, Karppinen, Kari & Mörä, Tuomo (toim.) 2008. *Onko Eurooppa olemassa? Näkökulmia eurooppalaiseen julkisuuteen ja demokratiaan*. Gaudeamus Helsinki University Press, Oy Yliopistokustannus, HYY Yhtymä, Helsinki.

Nykänen, Anna-Stina 2009. "EU ei edes naurata". Helsingin Sanomat 31.5.2009. D1–D2.

Opetusohjelma 2009–2010. Humanistinen tiedekunta. Tampereen yliopisto. Viitattu 11.10.2009.

<https://www10.uta.fi/opas/opetusohjelma/marjapuuro.htm?id=4250>

Orengo, Alberto 2005. "Localizing News: Translation and the Global-national Dichotomy". *Language and Intercultural Communication* 5(2). 168–187.

de Pedro Ricoy, Raquel 2007. "Internationalization vs. Localization: The Translation of Videogame Advertising". *Meta*, vol. 52, issue 2. 260–275.

Pitsinki, Jaana 2006. *Localization in Technical Translation. Strategic Decisions in the Finnish Translation of Safety Precautions in Jeep Cherokee 2002 Operating Information*. Pro gradu - tutkielma. Englannin kielen laitos, Vaasan yliopisto.

Pym, Anthony 2004a. "Localization from the Perspective of Translation Studies: Overlaps in the Digital Divide?" Intercultural Studies Group, Universitat Rovira i Virgili, Tarragona, Spain. Viitattu 13.10.2009. Luettavissa myös osoitteessa:

<http://www.elda.org/en/proj/scalla/SCALLA2004/Pymv2.pdf>

Pym, Anthony 2004b. *Moving Text. Localization, Translation, and Distribution*. Benjamins, Amsterdam and Philadelphia. Luettavissa myös osoitteessa:

<http://site.ebrary.com/pub/benjamins/docDetail.action?docID=10052863>

Pym, Anthony 2005. "Localization: On its nature, virtues and dangers*". Intercultural Studies Group, Universitat Rovira i Virgili, Tarragona, Spain. Viitattu 29.9.2009. Luettavissa myös osoitteessa:

http://www.tinet.cat/~apym/on-line/translation/Localization_bergen.doc

Pym, Anthony, Perekrestenko, Alexander & Starink, Bram (edit.) 2006. *Translation Technology and its Teaching (with much mention of localization)*. Intercultural Studies Group, Universitat Rovira i Virgili. Luettavissa myös osoitteessa:

http://isg.urv.es/publicity/isg/publications/technology_2006/index.htm

- Reiss, Katharina & Vermeer, Hans J. 1986. *Mitä kääntäminen on. Teoriaa ja käytäntöä*. Saksankielinen alkuteos 1984 *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheoria*, Max Niemeyer Verlag, Tübingen. Lyhentäen suomentanut Pauli Roinila. Gaudeamus, Helsinki.
- Salmi, Leena 2008. ”Lokalisoinnin käsitteestä”. Teoksessa Heli Katajamäki, Merja Koskela & Suvi Isohella (toim.). *Lukija- ja käyttäjälähtöinen viestintä. Viestinnän tutkimuksen päivät 2007*. Vaasan yliopiston julkaisuja. Selvityksiä ja raportteja 152. 55–63. Vaasan yliopisto, Vaasa. Luettavissa myös osoitteessa:
http://www.uwasa.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-233-5.pdf
- Schleiermacher, Friedrich 2007 [1813]. ”Eri kääntämismetodeista”. Alkuteos ”Ueber die verschiedenen Methoden des Uebersetzens”. Suomentanut Maija Ollikainen. Teoksessa Tapani Kilpeläinen (toim.). *Kääntökirja. Kirjoituksia kääntämisen filosofiasta*. 23^o45 niin&näin -lehden kirjasarja. 7–36. Eurooppalaisen filosofian seura ry, Tampere.
- Sleurs, Kim & Jacobs, Geert 2005. “Beyond preformulation: an ethnographic perspective on press releases”. *Journal of Pragmatics*, vol. 37, issue 8. 1251–1273.
- Statham, Paul 2008. ”Making Europe news. How journalists view their role and media performance”. *Journalism* vol. 9 (4). 398–422.
- Strömbäck, Jesper 2008. “Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics”. *International Journal of Press/Politics*, Vol. 13, Issue 3. 228–246.
- Sunnari, Marianna 2006. ”Kääntäjän ja tulkin kielitaito”. Teoksessa Jorma Tommola (toim.). *Kieli ja kulttuuri kääntäjän työvälteinä*. 25–36. Englannin kielen kääntäminen ja tulkkaus, Turun yliopisto.
- Sysiö, Karoliina 2009. *Euroopan komission lehdistötiedotteiden muokkaaminen suomalaiselle yleisölle*. Pro gradu -tutkielma. Klassillisten ja romaanisten kielten laitos, Turun yliopisto.
- Trenz, Hans-Joerg 2008. “Understanding Media Impact on European Integration: Enhancing or Restricting the Scope of Legitimacy of the EU?” *Journal of European Integration*, Vol. 30 Issue 2. 291–309.
- Venuti, Lawrence 1995. *The Translator's Invisibility. A History of Translation*. Routledge, London & New York.
- de Vreese, Claes H. & Elenbaas, Matthijs 2008. ”Media in the Game of Politics: Effects of Strategic Metacoverage on Political Cynicism”. *The International Journal of Press/Politics* 13 (3). 285–309.
- Vähämäki, Kai 2008. *On software localisation and its outsourcing as a business advantage*. Pro gradu -tutkielma. Englantilaisen filologian laitos, Helsingin yliopisto
- Wagner, Emma, Bech, Svend & Martínez, Jesús M. 2002. *Translating for the European Union Institutions*. St. Jerome Publishing, Manchester, UK.

Young, Christine, Niemi, Kati & Binham, Timothy 2008. "Going Local: Reform of the European Union's Communication Strategy". Teoksessa Heli Katajamäki, Merja Koskela ja Suvi Isohella (toim.). *Lukija- ja käyttäjälähtöinen viestintä. Viestinnän tutkimuksen päivät 2007*. Vaasan yliopiston julkaisuja. Selvityksiä ja raportteja 152. 170–177. Vaasan yliopisto, Vaasa.
Luettavissa myös osoitteessa:
http://www.uwasa.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-233-5.pdf

Liite 1: Asiasana-analyysi: otsikoissa esiintyneiden asiasanojen jaottelu

EU:hun selvästi liittyvät ”perusavainsanat”

Britannian edustuston tekemistä lokalisoitujen tiedotteiden otsikoista poimitut avainsanat: *EU* (40 mainintaa), *Commission* (35 mainintaa), *European Commission* (17 mainintaa), *European* (17 mainintaa), *Europe* (kahdeksan mainintaa), *EU Commission*, *European Commissioner*, *Commissioner Reding*, *EU Trade Commissioner*, *Commissioner Danuta Hübner*, *Commissioner Orban*, *Vice-President Antonio Tajani* ja *European Court of Justice*.

Irlannin edustuston tekemistä lokalisoitujen tiedotteiden otsikoista poimitut avainsanat: *EU* (85 mainintaa), *EU Commission* (29 mainintaa), *Commission* (21 mainintaa), *Europe* (11 mainintaa), *European* (11 mainintaa), *European Commission* (seitsemän mainintaa), *European Parliament* (kolme mainintaa), *Euro* (attribuuttina: *Euro events*, *Euro cow tax*, *Euro Cartoon Competition*; kolme mainintaa), *Parliament* (kaksi mainintaa), *European Investment Bank* (kaksi mainintaa), *Commissioner McCreevy* (kaksi mainintaa), *EU Commission Vice President Margot Wallström* (kaksi mainintaa), *European Commission President José Manuel Barroso* (kaksi mainintaa), *EU Member States* (kaksi mainintaa), *directive* (kaksi mainintaa), *Member States*, *Commissioner*, *Commissioners*, *Barroso*, *President Barroso*, *European Commission President José Manuel Durão Barroso*, *Vice President Margot Wallström*, *Vice President Wallström*, *Margot Wallström*, *Wallström*, *EU Vice President Margot Wallström*, *Commissioner Margot Wallström*, *Brussels*, *EU27*, *EU Presidency*, *Euro-elections*, *European Food Safety Authority*, *EC*, *Council of Ministers*, *EU Council*, *European Commissioner*, *Eurostat*, *Ambassador John Bruton* (EU:n irlantilainen suurlähettiläs Yhdysvalloissa), *Commissioner Borg*, *McCreevy*, *EU Commission Vice President Günther Verheugen*, *Commission Vice President*, *Commissioner Louis Michel*, *EU Commissioner for Competition Neelie Kroes*, *EU Commissioner for Employment Vladimir Špidla* ja *Androulla Vassiliou*, *EU Health Commissioner for Health* [sic].

Saksan edustuston tekemistä lokalisoitujen tiedotteiden otsikoista poimitut avainsanat: *EU* (95 mainintaa), *Europa* (25 mainintaa), *europäisch* (eri taivutusmuodoissa; 22 mainintaa), *europaweit* (yhdeksän mainintaa), *Kommission* (yhdeksän mainintaa), *Barroso* (yhdeksän mainintaa), *EU-Kommission* (kahdeksan mainintaa), *Europäer* (seitsemän mainintaa), *Euroraum* (neljä mainintaa), *Kommissionspräsident Barroso* (kolme mainintaa), *Internet-Domäne „.eu“* (kolme mainintaa),

Europawahl (kaksi mainintaa), *EU-weit* (kaksi mainintaa), *Reding* (kaksi mainintaa), *Mitgliedstaaten* (kaksi mainintaa), *Europäischen Parlament*, *Parlament*, *Kommissionsbericht*, *EU-Kommissar Joe Borg*, *EU-Kommissarin Hübner*, *EU-Sprachenkommissar Orban*, *Kommissarin Kroes*, *Kommissar Dimas*, *José Manuel Barroso*, *Verheugen*, *Tajani*, *EU-Länder*, *Mitgliedsländer*, *transeuropäisch*, *Kommissionsvertretung* ja *European Union Contest for Young Scientists* [sic].

Suomen edustuston tekemistä lokalisoitujen tiedotteiden otsikoista poimitut avainsanat: *EU* (67 mainintaa), *komissio* (35 mainintaa), *Eurooppa* (18 mainintaa), *komissaari Rehn* (viisi mainintaa), *eurooppalaiset* (ihmisryhmä; viisi mainintaa), *eurooppalainen* (adjektiivi; neljä mainintaa), *Eurooppa-neuvosto* (kolme mainintaa), *Barroso* (kaksi mainintaa), *Eurooppatalo* [sic] (komission edustuston tilat Helsingissä; kaksi mainintaa), *jäsenvaltiot*, *EMU-maat*, *europarlamenttivaalit*, *José Manuel Barroso*, *terveyskomissaari Androulla Vassiliou*, *komissaari Louis Michel*, *Eurooppa-päivä* ja *Eurooppavaalikahtava* [sic].

Edustuston sijaintimaahan liittyvä asiasana tai ilmaus

Britannian edustuston tekemistä lokalisoitujen tiedotteiden otsikoista poimitut asiasanat: *UK* (19 mainintaa), *British* (neljä mainintaa), *Britain* (kaksi mainintaa), *United Kingdom* (kaksi mainintaa), *London* (kaksi mainintaa), *Northern Rock*, *Daily Express*, *Grimsby smoked fish*, *Arsenal*, *Double Club*, *Jane Austen*, *South Yorkshire*, *Melton Mowbray Pork Pies*, *Newquay Cornwall Airport*, *English* [kieli], *Five* [TV-kanava], *Sky One* [TV-kanava], *East Midlands*, *Cumbria bog habitats*, *East London*, *pints*, *miles*, *Sabrina from North London*, *Arsene Wenger* [Arsenal-jalkapalloseuran ranskalainen valmentaja] ja *Arsenal Double Club*.

Irlannin edustuston tekemistä lokalisoitujen tiedotteiden otsikoista poimitut asiasanat: *Ireland* (29 mainintaa), *Irish* (adjektiivi ja kansa; 28 mainintaa), *Limerick* (viisi mainintaa), *Dell* (kolme mainintaa), *Anglo Irish Bank* (kaksi mainintaa), *Irish referendum* (kaksi mainintaa), *"Farmers for No"* (Lissabonin sopimusta vastustanut lobbausryhmä), *Trinity's Science Gallery*, *Celtic Tiger*, *Irish pint*, *Dublin*, *Dundalk*, *Kerry*, *Galway*, *Glencolmcille*, *VHI* [Voluntary Health Insurance], *Gaeilge* [iirin kieli], *English* [kieli], *Gaillimh Abú!* [iirinkielinen kannustus], *National Ploughing Championships*, *Fish farms are good for you* [vrt. Guinness-oluen mainoslause *Guinness is good for you*], *NUIG* [National University of Ireland, Galway], *Bank of Ireland*, *Allied Irish Bank*, *Catherine Day* [Barroson komission irlantilainen pääsihteeri], *Archbishop Martin* ja *Dr. Conor Cruise O'Brien* [irlantilainen valtiomies].

Saksan edustuston tekemistä lokalisoitujen tiedotteiden otsikoista poimitut asiasanat: *deutsch* (eri taivutusmuodoissa; 23 mainintaa), *Deutschland* (17 mainintaa), *Berlin* (neljä mainintaa), *Lufthansa* (neljä mainintaa), *Thüringen* (kaksi mainintaa), *Bundesnetzagentur* (kaksi mainintaa), *RWE* (kaksi mainintaa), *HSH Nordbank* (kaksi mainintaa), *WestLB* (kaksi mainintaa), *Hypo Real Estate* (kaksi mainintaa), *München*, *Hamburg*, *Bonn*, *Oldenburg*, *Rostock*, *Bremen*, *Stadt Hamm*, *Bayern*, *Hessen*, *Brandenburg*, *Sachsen-Anhalt*, *Flughafen Dresden*, *Flughafen Münster/Osnabrück*, *Flughafen Kassel-Calden*, *Hochschule Karlsruhe*, *Nokia-Arbeitnehmer in Bochum*; *NordLB*, *BayernLB*, *Deutsche Industriebank IKB*, *Bad-Bank*, *Landesbank Baden-Württemberg*, *Commerzbank*, *Commerzbank-Tochter*, *VW*, *VW-Gesetz*, *Opel*, *Bertelsmann*, *Bosch Thermotechnik*, *Quelle*, *Loos*, *E. ON*, *SGL Carbon*, *Bonner* [adjektiivi], *bayerisch*, *Grenzöffnung von 1989*, *Bundesverfassungsgericht* [Korkein oikeus], *CeBIT* [ICT- ja tietoliikennealan vuosittaiset messut], *Fehmarnbelt-Querung*, *SoFFin* [Saksan hallituksen ohjelma finanssijärjestelmän vakauttamiseksi ja sen uskottavuuden palauttamiseksi], *Bundestagspräsident Lammert*, *Stoiber* [saksalainen poliitikko] ja *Hermes-Expertkreditgarantien* [Liittovaltion vientitakuut, jotka suojaavat saksalaisia yrityksiä vientikaupan riskeiltä].

Suomen edustuston tekemistä lokalisoitujen tiedotteiden otsikoista poimitut asiasanat: *Suomi* (14 mainintaa), *suomalaiset* (kansa; kolme mainintaa), *suomalainen* (adjektiivi; kaksi mainintaa), *Helsinki* (kaksi mainintaa), *suomalaisvoittajat*, *tamperelaislukiolainen*, *Lapin poron liha*, *Oulu*, *Vaasa*, *Lappeenranta*, *Linnanmäki*, *Eteläsatama*, *Helsinki-päivä*, *Taiteiden yö*, *Naisten kymppi*, *Naisyrittäjyyskeskus*, *kulttuurikeskus Stoa*, *Päämajan kesäsymposium* [poliitikkojen ja talousvaikuttajien tapaaminen], *Talviareena* [merkittävä poliittinen keskustelutapahtuma] ja *SKAL* [kuljetus- ja logistiikka-alan etujärjestö].

Muut Euroopan unioniin liittyvät asiasanat

Britannian edustuston tiedotteet: **EGNOS** - *free help towards better sat nav services*; **TEN-T funding**: *£32m for vital transport infrastructure in the UK*; **Competition**: *Commission's Online Roundtable on Music opens way to improved online music opportunities for European consumers*; **EPSO** *gets smarter and more user-friendly*; **Marco Polo**: *third call for proposals to fight road congestion and improve performance of freight transport*; **State aid**: *Commission requests that the UK implement Transparency Directive*; **CAP simplification**: *Commission well on the way to meet target and reduce admin burden in agriculture by 25 percent by 2012*; *Four British finalists for the*

2009 **RegioStars Awards**; Signature of **Nabucco Intergovernmental Agreement** marks new era in EU energy; Public consultation on **UCITS** depository function launched; Regions and local authorities can help overcome distrust of Europe, suggests **Eurobarometer** survey; **“Clean sky”**: €25 Million for research on cleaner air transport; Commission assesses United Kingdom **Stability and Convergence Programme**; Commissioner Reding gives major speech on **“Digital Europe”** ja **The Bologna Process - Modernising higher education in Europe in the new decade**.

Irlannin edustuston tiedotteet: Germany ratifies the **Lisbon Treaty**; Commissioner McCreevy: **“Lisbon: voting No would be a gamble too far”**; Women must set the agenda, no to race to the bottom, let’s move on from **Lisbon** and on to the substance, says Wallström; Launch of Commission guide to **Lisbon** today - Remarks by Catherine Day Secretary General; **Eurobarometer** survey shows Irish sentiment on the economy is very low - but support for the EU remains strong; Response to reported claims **“Farmers for No”** on the impact of the **Lisbon Treaty**; Top marks for **Erasmus** programme; **Europe Direct Centre** in Dundalk Library opens today ... direct access provided to the EU for the North East; There will be a Citizens’ Summary of the **Lisbon Treaty**, says EU Vice President Margot Wallström; Launch of **Presseurop** multilingual web site; **eYouGuide: Know Your Rights Shopping Online**; Commission welcomes European Parliament agreement on revised **European Globalisation Adjustment Fund Regulation**; Czech Senate votes Yes to **Lisbon Treaty**; **CAP** simplification and red-tape reduction well underway says report; €105 billion **Cohesion Funding** announced for green economy and job creation - Ireland to benefit significantly; **De Larosière report** on cross-border financial supervision released; Ireland’s 6.3% budget deficit in breach of **Stability and Convergence Pact**; European travel becomes easier as Switzerland joins **Schengen**; Report on application of EU directive on **free movement** and residence rights of EU citizens and their families; Kicking off the online debate in Ireland - towards the **Pan-European Citizens’ Consultation 2009** (The European Citizens' Consultations); EU Commission proposes changes to **Common European Asylum System**; Czech Court finds **Lisbon Treaty** compatible with constitution; Sweden approves **Lisbon Treaty** ja **Europeana: a new digital library for Europe** is launched.

Saksan edustuston tiedotteet: (EU-)Terminvorschau vom 2. bis 15. November 2009 (45 mainintaa, joissa 10:ssä mukana EU-etuliite; päivämäärät luonnollisesti vaihtelivat); **Mehr Auswahl bei Schulmilchprogramm**; Mobilfunkbetreiber verpflichten sich zum Autonotruf **eCall**; **Jean-Monnet: 20 Jahre Studien zur Europäischen Integration**; Staatshilfe für GM Europe muss Beihilfe- und **Binnenmarktregeln** entsprechen; Wettbewerbspolitik stärkt **Binnenmarkt** und Finanzsystem; EU-

Staaten setzen **Binnenmarktregeln** fristgerecht um; Deutsche Studenten erneut **Erasmus-Spitzenreiter**; **Nabucco-Pipeline** sichert Erdgasversorgung; Kommission stärkt **Freizügigkeit** der Unionsbürger; 10 000 neue Stipendien für **Erasmus Mundus**; **Die krumme Gurke** ist wieder da; Paket zur Stärkung des **Energiebinnenmarkts** angenommen; Mehr Flexibilität bei **Strukturfonds**; Presseportal **PRESSEUROPE** geht an den Start; Einhalten von Beihilfe- und **Binnenmarktregeln** bei Opel gefordert; Gipfel zur **Partnerschaft mit östlichen Nachbarn**; Vorschläge zur Reform der Kohäsionspolitik; Bargeldloses Bezahlen im **EU-Binnenmarkt** wird attraktiver; Schnelle Verbindungen für Dienstleistungen im **Binnenmarkt**; **Visionär – kreativ – innovativ** (kaksi mainintaa); **Freizügigkeit** unzureichend umgesetzt; **Partnerschaft mit östlichen Nachbarn** ja **Die Rückkehr der krummen Gurke**

Suomen edustuston tiedotteet: Irlantilaiset äänestivät **Lissabonin sopimuksen** puolesta; **OPEN DAYS** – EU:n kaupunkien ja alueiden viikko; **Erasmus Mundus** -ohjelman maisterin- ja tohtorinkoulutustarjonta laajentuu; **Erasmus**-opiskelijoita jo kaksi miljoonaa; **Comenius Regio** -ohjelma tarjoaa uusia mahdollisuuksia alueiden väliseen kouluyhteistyöhön; Taloushuolet pinnalla syksyn 2008 **Eurobarometri**-tutkimuksessa; Maatalousministerit sopivat **yhteisen maatalouspolitiikan (YMP)** terveystarkastuksesta 20.11.; **Yhteisen maatalouspolitiikan** terveystarkastus auttaa viljelijöitä kohtaamaan uudet haasteet; Euroopan digikirjasto **Europeana** nyt verkossa; **Käyrän kurkun** paluu ja **Rakenerahastoihin** lisää joustoa talouskriisin vuoksi.

ENGLISH SUMMARY

Localized press releases as part of the European Communication Policy

Introduction

In 2006, the European Union adopted a new (and its first ever) communication strategy with a view to bring the citizens and the EU closer to each other, to stimulate debate on Europe between the citizens and the EU as well as to improve the public image of the EU. One part of the new strategy was to send EU Commission translators to the Commission's representations in the member states. The tasks of the translators include adapting the press releases issued by the EU Commission so that they meet the local needs.

Press releases play a key role in the external communication of the EU Commission. Between 2000 and 2006, the Commission issued 1500-2000 press releases annually (Lindholm 2007, 137), and they are primarily aimed at the international correspondents working in Brussels. (ibid., p. 15, 36.) According to Maria Lindholm, the Commission uses press releases not only to inform about its latest actions and to stress the added value of European co-operation for the citizens but also to justify its actions and those of the EU (ibid., 178). However, the press releases do not necessarily meet the needs of the journalists, and therefore the local representations have started to adapt them for local media. In 2007, the Commission's representation in Helsinki, Finland, carried out a survey on the localized versions of the Commission's press releases and 84% of the respondents replied that the localized versions were more useful for them than the originals as the localized versions were "clearer and more concise and went straight to the point". Furthermore, the Commission's original press releases do not offer enough information about the local impact of EU actions. (Young & al. 2008, 174-176).

The purpose of this study is to examine the localization activity of the European Commission representations in the UK, Ireland, Germany and Finland. In this study, I am using the term *localization* that originated in the ICT industry and basically refers to the process of adapting (software) for a particular geographical region. In the recent years, however, the term has been adopted in the field of Translation Studies to refer to one possible translation strategy. What is

more, the language officers at the Commission representation in Helsinki, who adapt the press releases, call their work *localization* as well (see Young & al. 2008, Koskinen 2009).

In this study, I addressed two research questions:

- 1) When adapting the press releases, how did the four EU Commission representations use different localization strategies, such as additions, omissions, replacements and changes of order?
- 2) How well do the localized texts function as press releases in their own right?

Political actors and media

To understand how the press releases function and why, we should begin by looking at the logic of the media and the interdependence between the media and political actors. To begin with, media outlets need to attract bigger audiences and advertising revenue in order to survive in their competitive environment, and this is where the logic of the media comes in. Meyer (2009, 1050) has suggested that the logic of the news media has five dimensions: news values, agenda-setting, news production process, investigative journalism and the aggregate effect of these elements.

For their part, news values are defined by a number of criteria that determine whether a certain event is going to be reported in the media or not and how much prominence it receives in news reporting. The criteria that enhance the news value of an event are, for example, proximity, conflict, personalization, negativity, drama, surprise and reference to elite persons and elite nations. The more an event possesses these features, the more likely it will be published. On the other hand, if an event possesses only a few of those features but scores very high in them, it can still hit the headlines, as is the case with massive earthquakes taking place in developing countries. (ibid.; Negrine 1994, 120-121.)

The concept of agenda-setting means that the media determines which political issues are discussed (and which are ignored) and how they are being discussed i.e. what the issues involve and how relevant they are (Meyer 2009, 1050). Actually, this is where the power of media lies: it defines and moulds reality by framing events in specific ways (McNair 2007, 67). The impact of media framing is further underscored by the practice of pack journalism, i.e. the media outlets reporting the same events in the same manner as their competitors. As a result, people rely on the media's

interpretations on the issues that are distant from their day-to-day life, and one domain to which the ordinary citizen has no direct personal access is politics. As the media often presents politics as a horse race (“*dark/black horse*”) or a strategic game as well as highlights its negative and conflicting features, such as scandals, intrigue and dishonesty, it is assumed that media framing activates and feeds cynicism towards politics. (Brants & van Kempen 2002; 171, Mazzoleni & Schulz 1999, 250; Trenz 2008, 295; Karvonen 1999, 36.)

An inherent part of the logic of the media is that the news is produced, not sought after. As the news production process “requires predictable, cost-efficient and continuous news supply” (Meyer 2009, 1050), it opens up possibilities for political (and other) actors to gain media publicity (see below). With regard to investigative journalism, it is a means for media outlets to sharpen their profile and gain exclusivity that attracts bigger audiences (ibid.).

I mentioned above that the media need continuous and affordable supply of news, which gives political actors (politicians, political organizations, pressure groups, civic organizations, social partners, terrorist groups, etc.) access to media publicity. In addition, the political actors are dependent on the media as well: for them, media publicity is a free means –and by far a more effective one than advertisements – to reach large numbers of people and make themselves and their ideas and goals known to the public. However, this interdependence is not stable; journalists select, interpret and modify the information they get to meet the needs of media logic, and the actual messages presented in the media may differ greatly from the ones intended by the political actors in the first place. In spite of this, the competition for media publicity is fierce, and to ensure their access to publicity, the political actors have started to adjust themselves to meet the needs and requirements of the media by hiring “spin doctors” and using PR techniques. (McNair 2007, 121; Karvonen 1997, 25-26.) According to Brian McNair (2007, 120), there are four types of political public relations: *media management*, *image management*, *information management* and *internal communications*. For the purposes of this study, the first three types are relevant and will be examined below.

The term *media management* refers to the means by which the political actors can influence, control or manipulate media organizations so that the media advance their political goals and does not, for instance, engage in investigative journalism that could be harmful for their public image (see below). To this end, the political actors supply the media with suitable news material, such as carefully pre-planned pseudo-events (political debates, visits to hospitals and working places,

meeting with citizens in the street, etc.) that are organized only to be reported in the media and offer a great deal of positive publicity for the actors. Another example of media management is pre-packaging: the essential message of a public speech or interview is condensed into a few a simple and catchy words or phrases (soundbites) that the media can easily report. (ibid., p. 121, 124-125, 128; Karvonen 1999, 84.)

The term image management refers to influencing the mental impressions and the attitudes people have towards individual politicians, their parties and political institutions in general. Nowadays, the political actors are assessed not only on the basis of what they say and do, but also on how they say and do it. (McNair 2007, 131.) A good image is important to all organizations; mental impressions dictate the decisions people make, be it to vote for a certain party or to buy a product of a certain company. Furthermore, a good image enhances confidence in the organization, which is essential for the organization's survival in the long run and especially in hard times. (Karvonen 1999, 18, 20.) Although the organizations are able to modify their images to a certain extent by the way they present themselves in the public eye, they cannot impose pre-planned images on people as images are created in situations of interaction: while acting, the organizations send intentional and unintentional information on the basis of which the individuals actively form impressions and opinions concerning the organization (ibid., p. 40, 43, 51-52). In addition, the image of an organization is also affected by the word of mouth (Karvonen 1997, 25).

Image management is closely intertwined with information management, which refers to the ways the organizations can control and manipulate the news and other information that is presented in the public eye (McNair 2007, 141). A telling example of how the organizations control news about themselves is the fact that most news is reported speech acts, not action: "*News is what people say more than what people do. Much - maybe most - of what journalists report is talk not action: announcements, opinions, reactions, appeals, promises, criticisms*" (Bell 1991, 53). According to Bell, this is especially true for political and diplomatic affairs (ibid., p. 60).

One key concept of information management is *spin doctoring*: a spin doctor aims to create a positive public image for his or her organization by maximizing the positive publicity it receives. The means employed by spin doctors include offering and leaking news items to the media, trying to affect the viewpoint of the media texts and trying to dispel the bad news concerning their organizations. (Kuutti 2006, 207) The political actors use information management in order to manipulate the public opinion and generate public support for their actions; they achieve this by

giving selected, restricted or distorted information (McNair 2007, 120). One popular means to generate public support is to publish the results of an opinion poll (Mazzoleni & Schulz 1999, 252). In addition, press releases, the subject of this study, play a major role in information management.

The communication problems of the EU Commission

In this section, I am going deeper into the interdependence between political actors and media introduced in the previous section by looking at that phenomenon from the point of view of the European Commission and the EU as a whole. For the Commission, communication is an increasingly important issue as the media is more and more interested in EU affairs, and the being the centre of both communication and decision-making in the EU, the Commission is the most visible of all EU institutions. According to Maria Lindholm, communication is also a means for the Commission to justify its status and legitimacy; the Commission needs to inform the citizens about its actions as it is not an established force like the national governments (2007, 56-57). Still, the Commission has to tackle certain communication problems that affect its public image.

First of all, the fact that the EU is considered to be an extremely complex and abstract political system makes it a very challenging subject for news reports. According to Olivier Baisnée, the impression given by EU politics is "[o]bscure decisions taken by unknown politicians or technocrats in a political and institutional system nobody can understand" (2002, 108). News reports about the EU are also written with a very specific readership in mind, mostly university graduates, experts and people in leading positions. As only a fraction of the potential media audience is interested in EU news reporting, the media – especially the commercial media – have no interest in putting special resources in it. (Mörä 2008, 162, 164.)

As mentioned above, the media tend to present politics as a strategic game and highlight its negative and conflictual aspects in news reporting. The same applies for the EU: for instance, the news reports about the EU Council meetings do not focus on "whether anything was resolved for the betterment of the EU" but "who tricked whom, who was beaten and who got most" (Trenz 2008, 295). As the media use this kind of framing repeatedly, people expect to get only negative news from Brussels, tend to make negative associations with the EU and become cynical about it (ibid.). On the other hand, the national media uses very strong national perspectives in EU news

reporting: the reporters from a certain country follow the actions of the politicians and officials of the same nationality, focus on reporting the nationally relevant issues and present the local impacts of a certain decision. Furthermore, there are no Europe-wide media that would offer a forum for political discussion, and on the other hand, the media that are followed around Europe and report about the EU, such as Financial Times and Economist, are not addressed to a broad readership. (Mörä 2008, 163.)

The EU being a very complex political and administrative institution and its politics being obscure and opaque, it is not easy for the media to find events that meet the news criteria (Statham 2008, 409, 416). The news criteria that are especially tricky for the EU to meet are personalization, conflict, drama and proximity. As for personalization, the EU decisions are made by collectives and the single EU politicians are fairly unknown outside their home countries (Mörä 2008, 163). In regard to conflict and drama, the EU is a hybrid of many languages and cultures and it has a distinctive political system of its own; in national politics, for instance, the confrontation between the government and opposition creates tensions and the government is responsible for its political actions to the parliament, but these aspects do not exist in EU politics (ibid., 165-166). In EU, the political parties and debates differ significantly from the national ones and the important decisions are made behind the closed doors, which makes investigative journalism more difficult (ibid. 165-166) although not impossible (cf. Meyer 2009, Trenz 2008 and Baisnée 2002). Furthermore, due to its supposed neutrality and contested legitimacy, the Commission tries not to create conflicts in the EU context (Meyer 2009, 1054). From the point of view of the media, the EU legislation process is particularly challenging to report about as the process can be very complex and last a couple of years, and there are several legislation processes taking place at the same time (Mörä 2008, 166-167). As Karvonen (1997, 68) suggests, a news topic does not exist until something more or less conspicuous breaks the routine. So, it is up to the EU correspondents to decide when the legislation process has reached this stage (Mörä 2008, 167).

Until recently, communication was not among the top priorities for the EU. After the French and Dutch rejected the Constitutional Treaty in referenda in 2004, the EU has started to put more resources in its communication activity. In 2006, the Commission published the White Paper on a European Communication Policy that emphasized the need to bring the citizens and the EU closer to each other and stimulate debate on Europe between the citizens and the EU institutions. The White Paper also suggested that instead of expecting the member states to inform their citizens about the EU, the EU should take the initiative and appear in national media, Internet and social

media. In addition, it is also crucial that EU communication is in a form that is relevant to the target audience. (Young & al. 2008, 170, 172-173.) This new approach to EU communication involves the localization of the Commission press releases.

The communication actions of the Commission started to professionalize in the late 1990s; the press officers were no longer recruited on the basis of their technical expertise but on their communication skills and media experience, and the Commission started to control its news-flow on a daily basis (Meyer 2009, 1056, 1058). Still, the Commission does not exploit the political public relations techniques to the same extent as the national governments (ibid. 1057).

Press releases

The main theoretical framework for this study was provided by Geert Jacobs whose theory on the metapragmatics of press releases gave some insights into the role of press releases in political public relations. In brief, press releases serve as an important means for organizations to make themselves, their actions and their goals known to the general public (Sleurs & Jacobs 2005, 1253). As a matter of fact, press releases are only written to be retold in the media (Jacobs 1999, 1, 15–21), and they offer an effective means for information management as they enable the organizations to make news of themselves and present their actions in their own words and views, instead of just waiting for journalists to make the invitation for an interview (Sleurs & Jacobs 2005, 1253). For the media, the press releases offer not only news topics but also the exact words to talk about them (Jacobs 1999, 38). This saves a lot of time and money for the journalists (ibid., p. 40) and provides the media with the predictable, cost-efficient and continuous news supply that they need; in fact, this demonstrates the interdependence between the media and the political actors discussed above.

Press releases are aimed at two distinct audiences: journalists as well as those journalists' own audiences (newspaper readers, TV viewers, etc.) (ibid., p. 22, 46). The latter is the principal target audience of the press releases, but there is only one way of reaching them: the media. The journalists are gatekeepers who decide whether the press releases have any chance to reach their primary audience (ibid., p. 71-73). In other words, the writer of a press release needs 1) to persuade a media outlet that the press release is worth publishing and 2) to convey the desired message to the general public in a way that their organization receives as much positive publicity as possible. So,

the writer aspires for the accurate, preferably even verbatim, transmission of their press release in the media (ibid., p. 1, 38, 46).

To ensure that, the writers make their texts look like news items so that the journalists would not edit them too much. As a result, press releases have powerful, newspaper-like headlines and comprehensive 'lead' paragraphs and they use third-person self-reference (e.g. the name of the company or the word *company* instead of saying *we*) and (pseudo-)quotations. (Sleurs & Jacobs 2005, 1254.) Furthermore, press releases are typically relatively brief, their language is simple, concise and neutral, they follow the "reversed pyramid" structure (the most important facts are followed by less important details and background information) and they offer contact information for those who want to make further inquiries (Lindholm 2007, 84).

Press releases do not only imitate the form and style of news items but their content is also in line with the requirements of the media (Jacobs 1999, 76, 122): for instance, journalists tend to find information from interested sources less credible than that from disinterested sources, and as press releases offer highly biased information, their writers try to hide or disguise their relationship to the information they offer (Gandy 1982 in Jacobs 1999, 123). The means to make press releases look more neutral include the aforementioned third-person self-reference and (pseudo-)quotations (Jacobs 1999, 123); third-person self-reference makes the text look more neutral and less of an advertisement, and quotations are generally expected to objectify news reporting by offering another viewpoint into the subject. In the case of press releases, however, the quotations are only pseudo-quotations: the writers of press releases and the quoted sources represent one and the same institution, that is to say that the organization that issued the press release is quoting itself (ibid., p. 148-149). According to Allan Bell, however, "the direct quotes in a press release were almost certainly not verbalized by the named source" but invented by a press officer and "merely approved by the source (sometimes not even that)" (1991, 60). Thanks to the "performative nature" of the press releases, the quotations are still "uttered" when the press release is issued (Jacobs 1999, 199).

The seemingly neutral press releases also use certain linguistic choices to manipulate the public image of the issuing organization: as good news is reported, the organization's name appears prominently in subject position (showing the organization as an active and dynamic force that can take the initiative) and when it comes to bad news, the writers of press releases use passives and passive-like utterances (to obscure the personal commitment and responsibility) (ibid., p. 130, 189). Furthermore, the usage of third-person self-reference enables the writers of the press releases to

attribute positive qualities to their organization (ibid., p. 131); for example “*X, a company that has always placed great emphasis on safety and reliability in its operations*” (ibid., p. 134).

Localization

Since the 1990s, the ICT industry has used the term *localization* (derived from the verb *localize/localise*) when referring to the process of adapting software for a particular geographical region (“*locale*”). In addition to the translation of the software product, localization involves modifying such culture-bound elements as the units of measurement, date and time formats, address formats, certain symbols and colours. Localization is important as every geographical region has its own cultural (including textual) conventions and people living in a certain region expect to see a certain kind of behaviour in a certain situation. So, if the text aimed at a certain region breaks the textual conventions of that area, the readers may find the text awkward, misinterpret it or simply stop reading it. In all these cases, the text has failed to convey the desired message to its readers. (Reiss & Vermeer 1986, 103, 106). Similarly, the software companies need to make products that meet the local needs both linguistically and content-wise and thus function in the new cultural environment (Frisk 2008, 23). With globalization and the rapid evolution of information and communication technology, localization has become a significant industry in its own right, with an estimated global turnover of \$15 billion in 2009 and \$25 billion in 2013 (Beninato & Kelly 2009).

It is no surprise that Translation Studies has taken an interest in localization, and lately the term has been adopted to refer also to other texts than software products. Anthony Pym has pointed out that something similar to localization can be found in the contexts where translations have long been carried out and takes news in the local press as an example of texts that have been “transformed in ways that go beyond endemic notions of translation” (2004b, 4). Likewise, Alberto Orrego has used the term localization to refer to the translation of news; according to him, news items are global texts that have to be localized to “come to terms with the national and political sensitivities of a people while meeting market requirements”. The task of a journalist-translator is to adapt a global text to a very specific readership quickly. In this editing process, translation is “fundamental for news transmission to be possible, but marginal if viewed against the whole process of making news”: translated texts are only used as raw material for the real news story because the journalist's real goal is to produce a news story in its own right, not a translation of the target text. So, in this

process of giving a global news item “a local character, the look and feel of a nationally manufactured” text, translation constitutes only a minor part of a very complex process and its exact contribution to the end product is not easy to define. (Orengo 2005, 170.) In addition to the translation of news, the term localization has been adopted at least to the translation of magazines (Mazur 2007, 347), advertisements (de Pedro Ricoy 2007) and tourist brochures (Kristensen 2002).

Leena Salmi (2008, 60) has put forth that in these cases, localization is one kind of translation strategy. She also compares localization to Venuti's concept of domestication and suggests that the latter is an example of localization (*ibid.*). Personally, I think that Reiss and Vermeer's concept of adaptive translation offers another example of localization; in adaptive translation, the text is substantially adapted to a specific readership (e.g. translation of an adults' novel to children or for-information translations for internal company use) (Reiss & Vermeer 1986, 79-80).

Methods

In this study, I examined the localized versions of the Commission's press releases. My research material consisted of 141 British press releases, 177 Finnish press releases, 234 Irish press releases and 701 German press releases that had been dated between 1 November 2008 and 31 October 2009 and published on the web pages of the Commission's respective representations.

In this study, I examined the localization activity of the Commission's representations from two distinct perspectives; in addition to examining individual press releases, I looked at the general activity: how actively the representations produce localized press releases and what their general style is – how many familiar and unknown elements can be found in the press releases and what linguistic choices have been made to give the press releases “a local character”. This background study was carried out by examining the headlines of the localized press releases as the headline serves as a certain kind of “window” into the text: it summarizes the gist of the text, provides implications for the general style of the text and tries to attract readers. So, the headline of the text must not have too many foreign elements (from the point of view of its intended readership) since they are likely to repel readers.

The background study was carried out as a quantitative analysis. The press release headlines were divided into five categories: 1) EU keywords (e.g. *EU*, *Europe*, *European*, *Commission* and *Commissioner*), 2) national keywords (related to the country where that particular representation is located, e.g. the name of the country, nationality, city/town and a famous person), 3) the combination of an EU keyword and national one, 4) “neutral” headlines (no EU keywords nor local ones) and 5) expressions that are related to the EU but not easily recognized as such (e.g. the names of the EU-funded projects with no explicit connection to the EU in the text).

The subsequent study of individual press releases aimed to investigate how the four representations had localized the same original press release issued by the Commission. The press releases to be examined were selected on the basis of their publication dates (the same date or within the time range of two days from the publication of the original) and headlines (sufficiently similar to that of the other localized versions). Finding four localized versions of the same original was slightly more complex than I had expected, but I ended up selecting five press releases that covered different EU policies: one on Erasmus exchange programme (published on 29/30/31 July 2009), one on bathing water quality (published on 11 June 2009), one on EU-wide emergency number (published on 10/11 February 2009), one on the introduction of common mobile chargers (published on 29 June/1 July 2009) and one on bank aid (published 23/24 July 2009).

The study was carried out as a text analysis by comparing the localized Finnish press release to the Finnish version of the original press release, the localized German version to the German version of the original and two localized versions written in English to the English version of the original. The objective of the study was to analyze the additions, omissions, replacements, changes of order and other differences between the localized versions and the original press releases. The analysis covered the content, the style and the linguistic features of the press releases.

As suggested above, localization is about giving the text a local character in order to make it look and feel as if it was originally produced in that cultural context. That idea also offered an interesting subject of study, so both the press release headlines and the individual press releases are viewed from the angle of Geert Jacobs' theory on the metapragmatics of press releases: how the localized press releases imitate the style of the local press and how they (try to) create a positive public image for the EU – according to the findings of Maria Lindholm, the original press releases clearly stress the added value of EU actions for the citizens besides informing about the latest actions of the EU (2007, 178).

Results

The findings of the background study on the press release headlines indicated that in total, EU keywords occurred in approximately 80% of the British, Irish and Finnish press release headlines but in only 30% of the German ones. In regard to national keywords, they occurred in 39% of the Irish headlines, 34% of the British ones, 20% of the Finnish ones and 15% of the German ones. “Neutral” headlines accounted for 49% of the German headlines but only 14% of the Finnish ones, 11% of the Irish ones and 9% of the British ones. Only a relatively small number of the headlines included expressions that are related to the EU but not easily recognized as such: these accounted for roughly 10% of the British, Irish and German headlines and 6% of the Finnish ones.

From the point of view of Geert Jacobs' theory, it was surprising to find out that a vast majority of the German headlines did not mention any EU keyword although they were issued by the Commission whose responsibility is to advance the interests of the European Union. Consequently, different actions seemed to take place by themselves, without any external force, although following the ideas of Jacobs, the headlines of press releases have strong potential to modify the image of the issuing organization as they are the first element that catches the readers' attention.

As a general rule, the headlines of the localized press releases were in line with Jacobs' theory: they imitated the style used in newspaper headlines in their respective countries and used the means mentioned by Jacobs to modify the images of the Commission and EU. The headlines typically presented the Commission as an active force by placing the word *Commission* in subject position and using action verbs in present tense with it. In addition, some headlines used positive attributes in connection with the words Commission and EU; these attributes mostly dealt with issues such as security, development and sparing money. On the other hand, positive attributes also occurred in headlines that did not have an EU keyword.

The findings of this study indicate that each one of the four representations examined in this study used all the localization strategies mentioned above: additions, omissions, replacements and changes of order. In the localized press releases, additions were used to look at the issues from a local perspective and, in the case of the Irish representative, to give the readers some additional information related to the topic of the text. Instead, additions were hardly ever used to explain unknown terms or to clarify unclear passages. Omissions were mostly used to remove the

bureaucratic details of the EU actions that were regarded as unnecessary for the “ordinary” reader. Changes of order were used to improve the readability of the text, putting the most important elements at the beginning of the text and the less important ones at the bottom (the principle of the “reversed pyramid”). As for replacements, they were generally used to enhance the readability of the text through linguistic simplification. In few cases, replacements were used to meet the linguistic conventions of the target culture even though the original press release and its localized version were written in the same language: for instance, the German original used the un-German form 2 % that had been modified as 2 *Prozent* in the localized version and similarly, the Finnish localized version used the form *kaksi miljoonaa* (two millions) instead of the expression 2 *miljoonaa* (2 millions) used in the original.

One striking finding of the study was that in the Finnish versions, replacements were used to make the Finnish text more idiomatic, which resulted in the Finnish versions being predominantly rewritten. By contrast, the British, Irish and German localized versions used entire sentences and even paragraphs taken directly from the source texts. One possible explanation for this finding is that the Finnish source texts contain more “Eurospeak” than the other source texts. As Kaisa Koskinen (2008b, 135) points out, EU-English (“Eurospeak”) differs greatly from EU-Finnish; for example, EU-English contains “normal” and even colloquial expressions, while EU-Finnish tends to be highly “officialized”, dry and bureaucratic.

The idea of localization is emphasized by the fact that each representation had some specific localization strategies that the other representations did not employ. As for the British press releases, their writers have for the most part retained the original text and made only minor alterations: changed individual words, omitted redundant details and modified paragraph divisions. Still, two of the British press releases combined a drafted text giving merely the local perspective into the issue at hand and the original press release almost in its entirety. Unfortunately, this strategy made the press releases too long to be published as such and affected their readability. The localized Irish versions were actually adapted more to an “average” reader than to an “average Irish” reader: they included some additional and relevant information that did not appear in the original press release and occasionally used chatty style (e.g. *Wondering if that blue water at your holiday destination is as clean as it looks in the brochure?*) and colloquialisms. Concerning the German press releases, their writers have kept several phrases and sentences found in the original text unaltered but unlike the British writers, the German ones have carefully selected the parts of the original press release that they want to incorporate into the localized version. Typically, the first

paragraph of the German press releases had been partly re-written and the rest of the text was made up of sentences taken directly from the original press releases but joined together in a different way, which resulted in making the localized versions easier to read than the originals. In addition, quotes from the Commissioners had been abridged in the German localized versions. With regard to the Finnish press releases, they are almost entirely re-written as mentioned above and they have no quotes from the Commissioners. Furthermore, they exploit one possibility offered by the fact that the press releases are electronic texts: anchor texts are embedded within the body text so that while reading the text, the readers can click the links and get further information about the issues that may be unfamiliar to them. In the other localized versions and the originals, on the contrary, all the links offering further information can only be found at the end of the text.

The localized press releases seem to resemble the “typical” press releases to a certain extent: their headlines were shorter and less bureaucratic than those of the original press releases, and the majority of the localized press releases followed the “reversed pyramid” structure. Although only the Finnish press releases had proper ingresses, all localized versions presented the most important details in the first paragraph, which had often been modified and therefore functioned better than the ingresses of the original press releases. All localized versions used third-person self-reference when reporting the actions of the Commission and the EU. Of all the localized versions, the Finnish ones met best the criterion of a simple, concise and neutral language, followed by the German ones. Furthermore, all five Finnish and German press releases and two British and Irish press releases, respectively, were relatively short in length (one A4 page). From the point of view of media logic, the publication date of a press release is important as news gets old quickly; the localized versions met this requirement rather well as they were generally dated on the publication day of the original press release or on the following day.

Nevertheless, the localized press releases had features that were not line with the features of a typical press release; among the most prominent ones were the facts that only British press releases offered contact information for further inquiries, a majority of the British and Irish press releases were too long, the two British press releases that combined a localized text and the original did not follow the “reversed pyramid” structure, the German headlines did not mention the issuing organization and the Irish press releases occasionally used colloquialisms and chatty style that the (quality) media cannot include in its news reporting. In addition, the Finnish press releases did not include the comments from the Commissioner which makes more difficult for the media to personalize their news reporting and make it livelier.

Discussion

In this study, I aimed to present the localization activity carried out in the European Commission's local representations in the UK, Ireland, Germany and Finland and to evaluate how well their localized versions function as press releases in their own right.

The findings of this study indicate that localization was a necessary activity: the most obvious problems of the original press releases of the Commission were their length and excess of bureaucratic details, whereas the most obvious problems of the localized press releases were related to their resemblance to the original texts, i.e. to their insufficient localization. With the exception of the colloquialisms and chatty style occasionally used in the Irish press releases, the alterations made during the localization process made the press releases meet better the requirements of the (local) media. In short, the press releases that had been adapted the most – those of the Finnish and German representations – were also the most in line with Jacobs' ideas on press releases imitating the style used in news reporting.

According to Maria Lindholm (2007, 178), the original press releases of the Commission lay stress on the added value of the EU actions for the citizens. The same applied to the localized versions although they seemed rather neutral; primarily, the features that aimed at improving the public image of the EU and the Commission could be found in the headlines and the quotes from the Commissioners (that the Finnish press releases did not have). The only exception to this rule were the four versions of the press release on the introduction of a common mobile charger, in which the Commission is given credit for its contribution to achieving the agreement. On the other hand, the mere fact that a press release was written shapes the public image of the EU: the citizens are informed by the text that the EU deals with that particular issue and that they benefit from that particular EU action. In brief, this means that the localized press releases use more indirect than direct methods to shape the public image of the EU.

One striking finding of this study was the discovery of the differences in the localization activity between the Commission representations: while selecting the research material, I found out that the representations in France, Belgium, Luxembourg and Spain published the original press releases on their web pages instead of localized ones, and the representations in Austria and Malta published only a small number of press releases. By contrast, the representation in Germany published a great number of localized press releases (a total of 701 press releases in the time period for this study).

These differences are important from the point of view of the new communication strategy of the EU; in the first place, the EU devised the strategy because the communication problems were regarded as one of the main reasons for the general negative attitude towards the EU. The strategy emphasized the need for local communication that is relevant to the target audience, and the local representations are supposed to play a key role in this localized communication activity.

As for the significance of the communication actions carried out in the local level, they can have some impact on the public image of the EU although, as mentioned above, pre-planned images cannot be imposed on people as people form their own impressions and attitudes based on all information they have obtained on the object of their attitudes. Still, the mere existence of localized communication affects the public image of the EU as it supplies the media with what they need: continuous and cost-efficient flow of prepared news (that aim to improve the public image of the Union) that the media can exploit instead of using other sources of information.