

Tekstilajit tietoverkossa – jotain uutta, jotain vanhaa ja jotain lainattua?

Merja Koskela
Viestintätieteiden laitos
Vaasan yliopisto

This paper discusses the genre set that can be found on the websites of tax authorities in two countries, Finland and Sweden. The genre set comprises of all the texts located on the websites. In this study, the concept of genre is defined based on the function of the text, its form and the fact that it has a name. According to this definition, genres are recognized on the two websites starting from the first page up to three mouse clicks down the site, and the two first links are considered on each opening page. The study shows that there are both existing genres and specific web genres on the websites. The main contents of the website is concentrated on existing genres generally located three mouse clicks away from the start page, whereas the web genres tend to have a metatextual function. The two main functions of the genre set are to inform and to encourage to action. These functions are intertwined in many of the texts. There is little difference in the genre set between the two countries.

Avainsanat: tekstilaji, tekstilajikokonaisuus, tekstilajiketju, viranomaisviestintä

1 Johdanto

Tekstilaji voidaan määritellä sellaisten tekstien joukoksi, joilla on yhteinen tavoite ja tavoitetta tukeva retorinen ja funktionaalinen rakenne (Eggins & Martin 1997: 236). Jokaisella instituutiolla on käytössään tiettyjä tekstilajeja, joiden kautta instituutio toteuttaa tehtäviään. Yhdessä nämä tekstilajit muodostavat kokonaisuuksia, jotka heijastavat instituution toimintaa ja sen rakennetta. Instituution tehtävien mukaan käytössä olevia tekstilajeja voi olla eri määrä, ja ne voivat olla erilaisissa vuorovaikutussuhteissa keskenään. Tyypillisesti keskenään vuorovaikutuksessa olevat tekstit muodostavat *tekstilajiketjuja*, jotka perustuvat instituution vakiintuneisiin tapoihin hoitaa tehtäviään eri tekstien kautta. Esimerkiksi hallinnon tekstilajia esityslista seuraa usein tekstilaji pöytäkirja (ks. esim. Solin 2006: 85).

Verohallinnon käyttämien tekstilajien kokonaisuus on muodostunut historiansa kuluessa nykyisen kaltaiseksi, ja se heijastaa verohallinnon tehtäviä, joita toteutetaan erilaisten vakiintuneiden tekstilajien ja tekstilajiketjujen kautta. Hallinnon tekstilajit ovat tyypillisesti varsin vakaita, mikä osaltaan on tulosta valtionhallinnon hierarkkisesta rakenteesta

ja voimakkaasta sääntelystä mutta mikä rutiinien kautta myös helpottaa tehtävien hoitamista (vrt. Solin 2006). Kokonaisuuden vakaudesta huolimatta konventioissa tapahtuu muutoksia eri syistä, mikä voi johtaa yksittäisten tekstilajien muuttumiseen, tekstilajien sekoittumiseen ja uusien tekstilajien syntyyn.

2 Tavoite, aineisto ja menetelmä

Tietoverkko uutena viestinnän kanavana on yksi tekijä, joka on viime aikoina muuttanut eri instituutioiden konventioita. Kun yhä suurempi osa toiminnasta tarjotaan myös verkossa, vaikuttaa se niihin tapoihin, joilla tehtäviä instituution sisällä toteutetaan ja tekstejä laaditaan ja käytetään. Tämän artikkelin tavoitteena on tarkastella verohallinnon käyttämien tekstilajien kokonaisuutta siten kuin se heijastuu verohallinnon verkkosivuille Suomessa ja Ruotsissa. Tutkimuksessa pyritään huomioimaan erityisesti verkossa julkaistavien tekstien ominaispiirteet, mikäli niitä on havaittavissa. Tutkimuksen tavoitteena on vastata seuraaviin kysymyksiin:

- Mitä verohallinnon tehtäviä/päämääriä verkkosivuilla esiintyvät tekstit ensisijassa näyttävät palvelevan?
- Onko sivuilla havaittavissa tekstilajiketjuja ja miten ne ilmenevät?
- Onko Suomen ja Ruotsin verohallinnon sivuilla eroja yllä esitettyjen asioiden suhteen ja jos on, mitä ne ovat ja mikä on niiden taustalla?

Tämä tutkimus on osa viranomaisten verkkoviestinnän tutkimusprojektia, jossa tarkastellaan, miten viranomaisviestinnän siirtyminen verkkoon vaikuttaa viestinnän sisältöön ja muotoon. Tutkimuksen kohteena ovat Suomen ja Ruotsin verohallinnon verkkosivustot sellaisina kuin ne olivat verkossa tammikuussa 2007 (aineisto poimittu 12.1.2007).

Analyysi etenee siten, että tekstilajien tavoitteita ja niitä toteuttavia tekstejä tunnistetaan ensin etusivulta ja siltä enintään kolmen hiiren napsautuksen päässä olevilta sivuilta. Jokaiselta sivulta mahdollisesti eteenpäin johtavista linkeistä tarkastellaan kahta ensimmäistä. Koska sivustot ovat laajoja, tarkastelu aloitetaan etusivulta, josta edetään systemaattisesti alemmaksi sivuille. Aineiston laajuudesta johtuen kaikkia verohallinnon verkkosivujen yksittäisiä tekstejä ei siis voida käydä läpi, mutta etusivulta

lähtevä tarkastelu mahdollistaa alustavan vastauksen kysymykseen, mitä päämääriä verkkosivuilla olevat tekstit ensisijaisesti toteuttavat.

Tässä tutkimuksessa tekstilajin tunnistamisen ensimmäinen kriteeri on sen päämäärä eli tavoite. Toisin sanoen *tekstilaji* ymmärretään tässä Martinin (1985: 250) tavoin sosiaalisesti toteutuneeksi toimintatyyppiä: tekstilaji koostuu joukosta tekstejä, jotka toteuttavat samaa kielellistä tekoa samassa sosiaalisessa ympäristössä (ks. myös Swales 1990). Lähtökohtana on, että tekstin funktio ja sisältö ilmentävät tekstilajia. Toinen käytettävä kriteeri on, että tekstilajilla on nimi, joten tekstin katsotaan kuuluvan tekstilajiin, jos sitä käyttävä yhteisö on sen nimennyt. Kolmas yleisesti käytetty tekstilajin tunnistamisen kriteeri on tekstin vakiintunut rakenne. Sitä sovelletaan tässä tutkimuksessa kuitenkin vain, mikäli tekstilajistatuksen tulkinta muiden kriteerien kautta jää epäselväksi.

3 Tekstilajien kokonaisuutta kuvaavia käsitteitä

Tekstilajien tutkiminen suhteessa niitä käyttäviin organisaatioihin on saanut alkunsa 1990-luvulla. Ensimmäisenä tämältyyppisenä tutkimuksena pidetään Amy Devittin artikkelia (1991), jossa hän selvitti, mitä tekstejä tilitoimistot käyttävät tehtäviään suorittaakseen. Devittin tutkimuksen tuloksena oli, että eri tilitoimistoissa on varsin samanlaiset käytänteet, joissa tietyillä tekstilajeilla suoritetaan tiettyjä vakiintuneita tehtäviä. Tilitoimistojen käytössä olevista tekstilajeista Devitt käyttää termiä *genre set*, joka voitaisiin suomentaa tekstilajivarannoksi tai tekstilajien muodostamaksi kokonaisuudeksi (ks. Solin 2006). Devittin käsitettä 'tekstilajivaranto' on edelleen kehittänyt Bazerman (1994), joka on ottanut käyttöön termin *genre system*. Tekstilajitai genresysteemi koostuu Bazermanin (1994: 97–98) määritelmän mukaan toisistaan riippuvaisista tekstilajeista, jotka ovat keskenään vuorovaikutuksessa tietyissä tilanteissa. Bazermanin käsite eroaa Devittin käsitteestä siten, että siinä missä Devitt keskittyy yhteen tekstilajiin kerrallaan, Bazerman etsii viestinnällisempää lähtökohtaa ja haluaa nähdä instituution kaikki tekstilajit osana instituution tehtävien hoitamista. Myös Yates ja Orlikowski (2002) puhuvat genresysteemeistä toisistaan riippuvaisten viestintätapahtumien jaksoina, joiden avulla strukturoidaan yhteistyötä. Heidän näkemyksensä

mukaan yhteisön tekstilajit yhdessä muodostavat hallitun viestintäprosessin. Näin genresysteemit eivät ainoastaan tue sosiaalista toimintaa vaan itse asiassa muodostavat sen.

Yates ja Orlikowski (1994) olivat jo ennen Bazermanin artikkelia käyttäneet myös käsitettä *genre repertoires*. Näillä he tarkoittivat tiettyjä tekstilajeja, joita diskurssi-yhteisön jäsenet käyttävät rutiininomaisesti tehtäviään suorittaessaan. Toinen lähikäsite on *genre-ekologian* käsite, jota etenkin Spinuzzi (2003; 2004) on hyödyntänyt. Genre-ekologia näkee tekstilajit kollektiivisina jaetun kognition toteutumisen tuloksina. Genre-ekologia myös huomioi instituution epäviralliset tekstilajit kuten muistilaput ja pikaviestit ja niiden roolin yhteisön tehtävien suorittamisessa. Hieman erilaista, enemmän teksteistä kuin niiden avulla suoritettavista tehtävistä lähtevää näkökulmaa asiaan edustaa Bhatia (2004: 57–66), joka käyttää käsitettä *genre colonies* eli genrekoloniat. Näillä hän tarkoittaa tekstilajeja, joilla on ylätasolla sama viestinnän tarkoitus mutta jotka esiintyvät eri yhteyksissä ja eri erikoisaloilla. Esimerkiksi raportit voivat muodostaa genrekolonian, jossa viestinnän tarkoitus on raportoida jostakin tapahtumasta. Raportti voi kuitenkin olla esimerkiksi yrityksen tulosraportti, uutisraportti tai tutkimusraportti, joilla kullakin on omat erityispiirteensä. Bhatia (2004: 58) viittaa tässä yhteydessä myös Faircloughiin ja puhuu genrejen *kolonialisaatiosta* eli yhden tekstilajin vaikutuksesta toiseen, mistä voi olla seurauksena uusi genre tai genrehybridi. Näin genrekolonian käsite kattaa myös genrejen vuorovaikutuksen ja muutoksen.

Kuten aiheeseen liittyvien käsitteiden kirjosta voi havaita, tekstilajien kokonaisvaltainen tarkastelu on nähty tärkeäksi osaksi tekstilajien tutkimusta. Tässä artikkelissa lähtökohtana ovat verkkosivuilla olevat tekstit, joiden perusteella tehdään päätelmiä siitä, mihin tekstejä käytetään ja missä suhteessa ne ovat toisiinsa. Näin ollen tutkimukseni on pikemminkin staattinen kuin dynaaminen, toisin kuin edellä esitellyt käsitteet pyrkivät olemaan. Koska tarkoitukseni on kuvata verohallinnon käyttämien tekstilajien kokonaisuutta verkkosivujen näkökulmasta, käytän tarkasteltavasta tekstien kokonaisuudesta nimitystä *tekstilajikokonaisuus*. Kuten Devitt (1991) on todennut, yksittäistä tekstilajia ei ole mahdollista ymmärtää näkemättä koko sitä tekstilaji-

kokonaisuutta (*genre set*), johon se kuuluu, ymmärtämättä niitä tekstilajeja, joita eksplisiittisesti käytetään, sekä niitä, joihin vain implisiittisesti viitataan.

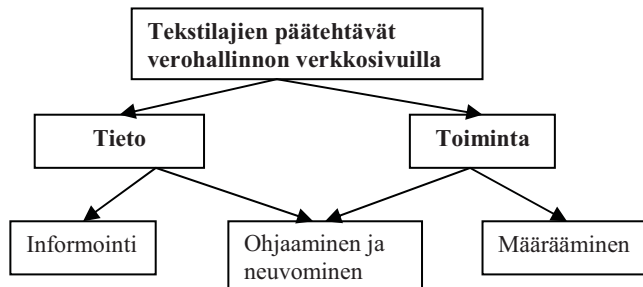
4 Tekstilajit Suomen ja Ruotsin verohallinnon verkkosivustolla

Periaatteessa koko verohallinnon verkkosivusto voidaan nähdä yhtenä ylätason tekstilajikokonaisuutena (vrt. Yates & Orlikowski 1992; Bhatia 2004: 57), jolla on yksi tavoite eli kansalaisten informoiminen verotukseen liittyvistä asioista. Tämä kokonaisuus jakaantuu puolestaan alagenreihin. Tässä yhteydessä voidaan hyvin soveltaa Shepherdin ja Wattersin (2004) verkossa esiintyvien tekstilajien jakoa **nykyisiin** (*extant*) ja **uusiin** (*novel*) tekstilajeihin, joista puolestaan nykyiset tekstilajit voivat olla **toisteisia** (*replicated*) tai **muuttuvia** (*variant*) ja uudet voivat olla **kehittyviä** (*emergent*) tai **spontaaneja** (*spontaneous*). Shepherdin ja Wattersin (2004) verkkosivun funktion perusteella erottamat yleisen tason verkossa esiintyvät genret ovat *kotisivu*, *esite*, *verkkoresurssi*, *luettelo* ja *peli*. He toteavat, että koko kenttä on kuitenkin muutoksessa. Shepherdin ja Wattersin luokittelu perustuu kaikkien mahdollisten verkkosivujen funktioon ja on näin yleisemmällä tasolla kuin tämän artikkelin tarkastelu. Tässä artikkelissa tarkastellaan siis yhden sivuston alla esiintyviä tekstejä niiden funktion ja sisällön perusteella. Tällöin hienojakoisempi jaottelu on tarpeen. Perusjaottelu nykyisiin ja uusiin tekstilajeihin on kuitenkin tärkeä tekstilajikokonaisuuden näkökulmasta.

4.1 Tekstilajikokonaisuuden ensisijaiset päämäärät

Verohallinnon verkkosivujen tekstilajikokonaisuus heijastaa verohallinnon tehtäviä, jotka Suomessa ovat toimittaa verotus ja suorittaa maksut sekä neuvoa ja ohjata asiakkaita (Verohallinto 2007) ja Ruotsissa verojärjestelmän hallinnointi siten, että se toimii tarkoituksenmukaisella tavalla (Skatteverket 2007). Näin ollen ei ole yllättävää, että sekä Ruotsin että Suomen verohallinnon verkkosivuilla pääpaino on informoinnissa eli tiedon välittämisessä kansalaisille. Osa tästä tiedonvälityksestä on puhdasta informointia, jonka ei ole tarkoitus johtaa mihinkään toimenpiteisiin, kun taas osa on ohjaavaa ja neuvovaa. Alle kuvioon 1 on koottu verohallinnon verkkosivujen kolmen hiiren-

napsautuksen päähän ulottuvien tekstilajien päätehtävät. Kuten kuviosta havaitaan, ne liittyvät tiedon välittämiseen ja toimintaan kehottamiseen.



Kuvio 1. Verohallinnon verkkosivujen tekstilajikokonaisuuden tehtävät.

Näitä päätehtäviä, tiedon välittämistä ja toimintaan kehottamista, toteutetaan erilaisten tekstilajien välityksellä, joiden voitaisiin ajatella muodostavan tiedon välittämiseen ja toimintaan kehottamiseen liittyvän genrekolonian. Tässä tutkimuksessa sivustolta tunnistetut tekstilajit on kuvattu taulukossa 1. Sivustojen tekstilajikokonaisuuden yhtenäisyyttä kuvaa se, että sivustolta enintään kolmen napsautuksen päästä etusivulta löytyy vain kahdeksan selvästi erottuvaa tekstilajia, kun niitä esimerkiksi Crowstonin ja Williamsin (1997) koko www:tä koskevassa tutkimuksessa löytyi informanttien avulla 48 erilaista.

Taulukko 1. Verohallinnon verkkosivuilla yleisimmin esiintyvät tekstilajit.

Tekstilaji	Suomi	Ruotsi
Tiedote	On	On
Ohje	On	On
Esite	On	On
Päätös	On	On
Lomake	On	On
Tilasto	On	Ei
Laki	On	On
Sääntö, määräys	On	On

Molemmilla tarkasteltavilla sivustoilla yleisimmät sivuston sisältöä kuvaavat tekstilajit ovat tiedotteet, ohjeet ja esitteet. Nämä ovat viranomaisviestinnän keskeisiä tekstilajeja (ks. esim. Heikkinen, Hiidenmaa & Tiililä 2000) ja kuuluvat selkeästi Shepherdin ja Wattersin (2004) luokittelussa *nykyisiin* tekstilajeihin. Myös päätösten, lakien ja tilasto-

jen julkaisemisella on selkeästi tietoa välittävä tarkoitus. Ne voidaan myös ymmärtää ohjeiden ja määräysten perusteluina. Ainoa tekstilaji, joka ei ole yhteinen Suomen ja Ruotsin sivuille, on tilasto, jota löytyy vain Suomen verohallinnon sivuilta.

Tekstilajikokonaisuuden näkökulmasta voidaan todeta, että verkkosivuilla yleisimmin esiintyvät vakiintuneet tekstilajit rakentavat osaltaan kansalaisten verotukseen liittyvää toimintaa. Toiminnan ytimen muodostavat lomakkeet, joita kansalaiset erilaisten ohjeiden, määräysten ja neuvojen mukaisesti täyttävät ja toimittavat eteenpäin. Lomakkeisiin liittyy muita tekstilajeja, joista osa vastaa kansalaisten kysymyksiin siitä, mitä lomakkeita milloinkin pitää täyttää, kun taas osa perustelee, miksi näin tulee tehdä. Näin verohallinnon verkkosivujen tekstilajit muodostavat yhdessä kansalaisen verohallinnon palvelujen käyttöön liittyvän sosiaalisen toiminnan ytimen.

4.2 Jotain uutta?

Tuttujen ja vakiintuneiden tekstilajien (*extant*) lisäksi verohallinnon sivustoilla on verkkosivuston luonteeseen kuuluvia tekstejä, joiden status tekstilajina on erilainen tai jopa kyseenalainen. Näitä voidaan pitää potentiaalisina uusina (*novel*) tekstilajeina. Verkolle tyypillinen asioiden esittämistapa on linkkilista ilman ohjaavia ilmaisuja, jota esimerkiksi Shepherd ja Watters (2004) tai Crowston ja Williams (1997) eivät kuitenkaan mainitse tutkimuksissaan. Verkkoviestinnälle tyypillisiä tekstilajeja aineistossa ovat linkkilistojen lisäksi metatekstit, kuvaukset ja verkkopalvelut, mikäli ne katsotaan tekstilajeiksi.

Taulukko 2. Verohallinnon verkkosivuilla esiintyvät verkolle tyypilliset potentiaaliset uudet tekstilajit.

Tekstilaji	Suomi	Ruotsi
Linkkilista	On	On
Metateksti	On	On
Kuvaus	Ei	On
Verkkopalvelu	On	On
Usein kysytyt kysymykset	On	On

Aineistossa yleisesti esiintyvä potentiaalinen verkolle tyypillinen tekstilaji on verkkosivun sisältöä kuvaava lyhyt tekstikatkelma, jota tässä nimitän *metatekstiksi*. Esimerkin 1 kaltaista metatekstiä on usein Suomen verohallinnon verkkosivujen alisivuilla, jotka avautuvat etusivulla olevista linkeistä.

(1) **Ajankohtaista**

Sivun oikeasta laidasta löytyvät viimeksi päivitettyt sivut.

Sivun yläosan linkeistä löytyvät Verohallituksen lehdistötiedotteet sekä ajankohtaista tietoa lainsäädäntömuutoksista. Lisäksi löydät Olkiluoto3-sivuston, verotuksen vuosikalenterin, rekisteriselosteet, tietoja verohallinnon avoimista työpaikoista ja RSS-palvelusta sekä etusivun uutisten arkiston.

(2) **Bilförmånsberäkning**

Tjänsten för att beräkna bilförmånsvärdet. För miljöbilar behöver inte arbetsgivaren ansöka om justering hos Skatteverket.

[Alla linkki:] Bilförmånsberäkning 2007

Metatekstin avulla kuvataan käyttäjälle, mihin sivulta linkkien kautta pääsee, kuten esimerkissä 1, tai nimetään tai kuvataan tarjolla olevia linkkejä, kuten esimerkissä 2. Metateksti voi olla joko niin sanotusti ”puhdasta” eli sisältää vain sivuston sisällön kuvausta tai se voi lisäksi sisältää muuta informaatiota, kuten esimerkki 2.

Metatekstiä muistuttaa myös toinen tekstilaji, jota tässä nimitän *kuvaukseksi*. Kuvausta esiintyy etenkin Ruotsin verohallinnon verkkosivuilla, ja siihen liittyy aina linkki pdf-tiedostoon (ks. esimerkki 3). Kuvaukset ovat määrämuotoisia niin, että ensin on pdf-tiedoston otsikko, sen jälkeen latauspainike sekä sen jälkeen alaotsikko *Information*, jonka alla kuvataan avautuvan tiedoston tehtävä. Koska kuvauksella on selkeä tehtävä ja määrämuotoinen rakenne, se täyttää tekstilajin pääkriteerit, joskaan sille ei sivuilla ole annettu omaa nimeään.

(3) **Inkomstdeklaration 2 aktiebolag, ek. föreningar m.fl.**

SKV 2002

[pdf-dokumentin latauspainike]

Information

Blanketten är en särskild självdeklarationsblankett som används av aktiebolag, ekonomiska föreningar m.fl.

Metatekstin lisäksi molemmilla sivustoilla on erilaisia verkkopalveluja, kuten esimerkiksi tilinumeron ilmoittaminen tai verokortin tilaaminen, joita myös mahdollisesti voidaan pitää omana tekstilajinaan. Verkkopalveluihin on ensin kirjauduttava sisään,

tunnistauduttava, joten sisäänkirjautumissivu on myös verkolle tyypillinen toiminto ja mahdollisesti myös tekstilaji, koska sivulla on sama funktio, sisältö ja muoto. Toisaalta näitä voidaan pitää saman toiminnon eri vaiheina ja siten saman tekstilajin osina.

Usein kysytyt kysymykset ovat sekä Shepherdin ja Wattersin (2004) että Crowstonin ja Williamsin (1997) mukaan verkolle tyypillinen tekstilaji. Tämä tekstilaji löytyy sekä Suomen että Ruotsin verohallinnon verkkosivulta.

Yhteenvedona verkolle tyypillisistä ja potentiaalisesti uusista tekstilajeista verohallinnon verkkosivuilla voidaan todeta, että niiden tekstilajistatus on usein epäselvä. Esimerkiksi linkkilistaa voidaan verrata sisällysluetteloon, jota ei esimerkiksi kirjoissa pidetä omana tekstilajinaan, koska se ei esiinny itsenäisenä, mutta toisaalta verkossa linkkilista toimii yksin vaikkakin verkkosivuston osana.

Potentiaaliset uudet tekstilajit toimivat verohallinnon tekstilajikokonaisuudessa toimintaa, etenkin sivulla liikkumista, ohjaavina tekstilajeina. Vain verkkopalvelut ja usein kysytyt kysymykset muodostavat kansalaisen toiminnan kannalta keskeisen tekstilajin, joka on sosiaalisen toiminnan ytimessä. Verohallinnon verkkosivujen tekstilajikokonaisuudessa potentiaaliset uudet tekstilajit siis täydentävät nykyisiä tekstilajeja ja muodostavat yhdessä niiden kanssa kansalaisen sosiaalista toimintaa ohjaavan rungon. Toisaalta niiden voidaan ajatella muodostavan genrekolonioita, joihin sisältyy erilaisia samaa ylätasoa viestinnän tarkoitusta toteuttavia verkolle tyypillisiä tekstilajeja.

4.3 Tekstilajiketjut sivustoilla

Kuten verkkosivustot yleensäkin, myös verohallinnon verkkosivut perustuvat hypertekstirakenteeseen, jossa edetään linkkien kautta etusivulta alasivuille sen mukaan, mitä sivuilta halutaan etsiä. Suomen ja Ruotsin verohallinnon verkkosivujen etusivujen rakenne ja linkkitarjonta ovat varsin samanlaiset, mutta sisältöosat ovat erilaiset. Suomen verohallinnon etusivulla on kolme lyhyttä tiedotetta, joista on linkki varsinaiseen tekstiin. Ruotsin verohallinnon verkkosivujen etusivun sisältöosa puolestaan koostuu pelkistä linkeistä ja joistakin lyhyestä yhden tai kahden rivin linkin

kuvauksesta. Osa linkeistä johtaa ajankohtaisiin verohallinnon asioihin ja osa lehdistötiedotteisiin.

Linkkien kautta etenemistä voidaan kuvata *tekstilajiketjuna* (vrt. Devitt 1991), jonka sivuston käyttäjä kohtaa. Tämän tekstilajiketjun alussa on kummankin sivuston vasemmassa reunassa esiintyvä linkki. Taulukossa 3 on kuvattu, mihin etusivun vasemman reunan linkit johtavat Suomen ja Ruotsin verohallinnon sivuilla.

Taulukko 3. Etusivun linkeistä avautuvat sisällöt.

	Linkit	Metateksti	Muu sisältö	Yhteensä
Ruotsi	13	2	1	16
Suomi	2	6	3	11

Kuten taulukosta 3 havaitaan, Ruotsin verohallinnon etusivulta avautuvat linkit johtavat yleisimmin uusiin luettelomuotoisiin linkkilistoihin. Suomen verohallinnon sivulla etusivun linkkien takaa löytyy useimmiten esimerkin 1 kaltaista metatekstiä. Suoraan johonkin etsittävään sisältöön johtaa sen sijaan molemmilla sivuilla vain harva linkki. Esimerkiksi Ruotsin verohallinnon sivulla etusivun linkki *Kronofogden* johtaa sivulle, jossa kerrotaan, mikä viranomaisen Kronofogden on ja mitä sen tehtäviin kuuluu. Näin etsittävä tieto on yhden klikkauksen päässä etusivulta.

Kuten taulukosta 3 voidaan havaita, verohallinnon tekstilajiketju yleensä jatkuu etusivun linkistä avautuvalta sivulta eteenpäin. Vielä seuraavankaan linkin avulla ei kuitenkaan aina pääse varsinaiseen sisältöön, vaan linkistä avautuu metatekstiä, jonka jälkeen vasta löytyvät varsinaiset sisältölinkit. Esimerkiksi Suomen verohallinnon etusivun linkistä *Vero-ohjeet* avautuu ensin sivu, jossa on metatekstiä ja linkkejä. Ensimmäisestä linkistä taas avautuu sivu, jonka aluksi on metatekstiä ja sen jälkeen lyhyesti sisältöä ja jälleen linkkejä, joista pääsee tarkempaan ohjeeseen tai haluttuun lomakkeeseen. Keskimäärin sivuston käyttäjän etsimään sisältöön pääsee vasta kolmannen linkin kautta. Joissakin tapauksissa kolmas linkki voi kuitenkin johtaa ulos verohallinnon sivuilta. Yleensä linkkiketjun päässä on perinteinen tekstilaji (*extant*) tai harvemmin verkolle tyypillinen tekstilaji (*novel*).

5 Päätäntö

Tämän tutkimuksen tavoitteena on ollut selvittää, minkälainen tekstilajikokonaisuus muodostuu Suomen ja Ruotsin verohallinnon verkkosivujen teksteistä. Tutkimuksen tulokset osoittavat, että verohallinnon verkkosivujen tekstit toteuttavat kahta päätehtävää, tiedon välittämistä ja toimintaan kehottamista. Nämä tehtävät vastaavat verohallinnolle asetettuja tehtäviä.

Verohallinnon verkkosivujen tekstilajikokonaisuus on varsin samanlainen Ruotsin ja Suomen verohallinnon verkkosivuilla, mikä kertoo tämän hallinnonalan vakiintuneista tekstilajikäytännöistä. Tekstilajikokonaisuuden ytimen muodostavat perinteiset tekstilajit, mutta navigoidessaan kohti perinteisiä tekstilajeja verkkosivujen käyttäjä kohtaa tekstilajiketjussa myös uusia verkolle tyypillisiä tekstilajeja.

Tekstilajiketjut verkkosivuilla muodostuvat siis sivujen käyttäjän valitsemista hyper-tekstuaalisista poluista. Näin verkkosivujen tekstilajiketjut ovat jossain määrin erilaisia kuin ne tekstilajiketjut, joiden on aiemmissa tutkimuksissa (kuten esim. Yates & Orlikowski 1992) havaittu heijastavan organisaatioiden viestintäkäytänteitä. Näiden lisäksi verkkosivujen tekstilajiketjut heijastavat myös verkkosivujen käyttäjien valintoja ja tarpeita. Suomen ja Ruotsin verohallinnon verkkosivujen tekstilajiketjut ovat samantyyppisiä. Selkein ero on havaittavissa metatekstin ja linkkilistojen käytössä. Suomen sivuilla lukijaa ohjailaan kertomalla, mitä mistäkin löytyy, kun taas Ruotsin sivuilla on lähdetty siitä, että linkkiotsikot ovat itsensä selittäviä. Muita suurempia eroja sivujen välillä ei ole.

Tutkittaessa tekstilajeja verkossa haasteena on verkolle tyypillisten tekstilajien tunnistaminen. Verkossa tekstilajien rajat eivät ole yhtä selkeästi havaittavissa kuin paperilla olevien tekstilajien väliset rajat, ja tekstilajien välinen vuorovaikutus on runsasta. Lisäksi eri tutkijat ovat olleet erimielisiä siitä, mitä verkolle tyypillisiä sisältöjä ja muotoja voidaan pitää tekstilajeina. Esimerkiksi linkkilistaa ei ole aiemmin pidetty omana tekstilajinaan. Tämän tutkimuksen kriteerien mukaan se kuitenkin on oma tekstilajinsa. Myös erilaisten verkkopalveluiden ja esimerkiksi kirjautumissivun

tekstilajistatus on epäselvä. Aiemmissä tutkimuksissa kuitenkin verkkosivujen tekstilajistatus on usein liitetty verkkoon yleensä eikä yksittäisen sivuston alasivuihin. Toisaalta juuri alasivuilla on oma muoto, sisältö ja funktio, jotka ovat tekstilajin yleisimmät määrittelyperusteet.

Aineisto

<http://www.vero.fi>, [lainattu 12.1.2007]

<http://www.skatteverket.se>, [lainattu 12.1.2007]

Lähteet

- Bazerman, C. (1994). Systems of genres and the enactment of social intentions. Teoksessa: *Genre and the new Rhetoric*, 79–101. Toim. A. Freedman & P. Medway. London: Taylor & Francis.
- Bhatia, V. K. (2004). *Worlds of Written Discourse. A Genre-Based View*. London, New York: Continuum.
- Crowston, K. & M. Williams (1997). Reproduced and Emergent Web Genres of Communication on the World-Wide-Web. [online]. Teoksessa: *Proceedings of the Thirtieth Annual Hawaii International Conference on System Sciences, Maui, Hawaii, 1997*, 30–39. Saatavilla: <http://ieeexplore.ieee.org/xpl/tocresult.jsp?isnumber=14588&isYear=1997>.
- Devitt, A. (1991). Intertextuality in tax accounting: Generic, referential, and functional. Teoksessa: *Textual dynamics of the professions: Historical and contemporary studies of writing in professional communities*, 336–257. Toim. C. Bazerman, & J.G. Paradis. Madison: University of Wisconsin Press.
- Eggs, S. & J. R. Martin (1997). Genres and registers of discourse. Teoksessa: *Discourse as structure and process. Discourse studies: A multidisciplinary introduction*, volume 1, 230–256. Toim. T. A. van Dijk. London: Sage
- Heikkinen, V., P. Hiidenmaa & U. Tiililä (2000). *Teksti työnä, virka kielenä*. Helsinki: Gaudeamus.
- Martin, J. R. (1985). Process and text: Two aspects of human semiosis. Teoksessa: *Systemic Functional Approaches to Discourse: Selected Papers from the 12th International Systemic Workshop*, 240–270. Toim. J. D. Benson & W. Greaves. Norwood, New Jersey: Ablex.
- Shepherd, M. & C. Watters (2004). *Identifying Web Genre: Hitting a Moving Target*. [online] Www 2004 conference workshop measuring web search effectiveness: the user perspective. May 18, 2004 New York. [lainattu 12.1.2007]. Saatavilla: <http://users.cs.dal.ca/~watters/www2004WorkShop/pdfs/4.pdf>.
- Skatteverket (2007). [online, lainattu 12.1.2007]. Saatavilla: <http://www.skatteverket.se>
- Solin, A. (2006). Genre ja intertekstuaalisuus. Teoksessa: *Genre – Tekstilaji*, 72–95. Toim. A. Mäntynen, S. Shore & A. Solin. Tietolipas 213. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Spinuzzi, C. (2003). *Tracing Genres through Organizations: A sociocultural approach to information design*. Cambridge: MIT Press.
- Spinuzzi, C. (2004). Describing Assemblages: Genre Sets, Systems, Repertoires, and Ecologies. [online] Teoksessa: *White Paper Series #040505-2*. Computer Writing and Research Lab. University of Texas at Austin. Saatavilla: <http://www.cwrl.utexas.edu/node/127?q=node/158>.
- Swales, J. (1990). *Genre Analysis: English in Academic and Research Settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Verohallinto (2007).[online, lainattu 12.1.2007]. Saatavilla: <http://www.vero.fi>.
- Yates, J. & W. J. Orlikowski (1992). Genres of Organizational Communication: A structural Approach to Studying Communication and Media. *Academy of Management Review* (17.2.) 1992, 299–326.
- Yates, J. & W. J. Orlikowski (1994). Genre Repertoire: The Structuring of Communicative Practices in Organizations. *Administrative Science Quarterly*, 39(4), 541–547.
- Yates, J. & W. J. Orlikowski (2002). Genre Systems: Structuring Interaction through Communicative Norms. *Journal of Business Communication*, 39, 13–35.