

KULUTTAJASUBJEKTI PÖRSSIKONEISTOSSA

– sijoitusmarkkinoiden toimijoita ja toiminnan normeja mediateksteissä

Heidi Hirsto

TIIVISTELMÄ

Artikkelissa tarkastellaan, millaisia merkityksiä sijoittamiselle ja osakemarkkinoille rakentuu sanomalehtien ja television pörssi uutisissa sekä pankkien sijoitusrahastoja markkinoilla verkkosivuilla. Analyysi osoittaa, kuinka sijoittamisen ja pörssiyritysten toiminnan väliset yhteydet pelkistyvät teksteissä kausaaliseksi tuottoketjuksi, jossa yritysten toimet muuttuvat pörssikursseiksi mekanismissa sijoituskoneistossa. Sijoittaminen hahmottuu toiminnaksi, joka jäsenyytensä itseohjautuvasti ja taloudellisesti rationaalisesti tuoton ja riskin optimoinnin kautta. Sen sijaan esimerkiksi taloudellisen toiminnan sosiokulttuuriset seuraukset eivät nouse teksteissä esille. Sijoittaja-kuluttajien toimintaa normittaa teksteissä yksilökeskeinen yrittäjäajattelu, jonka mukaisesti strategisesta taloudenhoidosta rakentuu kuluttajasubjektin moraalinen velvollisuus. Vallitseva diskurssi nojaa pitkälti uusliberalistiseen rationaliteettiin, jossa toimijoiden motiivit, moraalit ja vastuut samastuvat hyötyjen ja kustannusten optimointiin. Diskurssin voi nähdä hyödyttävän esimerkiksi rahoitusteollisuutta, joka hyötyy osakkeiden ja rahasto-osuuksien kaupasta ja sen synnyttämästä asiantuntijapalvelujen kysynnästä.

JOHDANTO

Julkisessa keskustelussa on viime aikoina noussut esiin näkemyksiä kuluttajan tietouden ja markkinoiden läpinäkyvyyden merkityksestä sijoitustuotteiden markkinoilla. On pidetty tärkeänä, että myös piensijoittajilla ja rahastosäästäjillä olisi valmiuksia ymmärtää omien valintojensa laajempia yhteyksiä talouden toimintaan. Tätä voidaan pitää edellytyksenä sille, että sijoittaja-kuluttaja voisi

osallistua taloudellista ja yhteiskunnallista toimintaa koskevaan keskusteluun ja tehdä edes jossain määrin valistuneita valintoja markkinoilla. Mahdollisuus hahmottaa sijoittamisen ja talouden kytköksiä määrittää keskeisellä tavalla myös sitä, missä määrin kuluttajan voidaan ajatella sijoituskäyttäytymisellään ilmentävän tai rakentavan arvojaan ja identiteettiään.

Kotitalouksien säästöt ovat 2000-luvulla ohjautuneet yhä enemmän erilasiin rahastoihin, ja sijoitusrahastoista on tullut pankkitalletusten jälkeen seuraavaksi suosituin säästämismuoto. Samalla osakemarkkinoiden ja sijoitustuotteiden näkyvyys mediassa ja mainonnassa on lisääntynyt. Koko suomalainen talous on muuttunut sijoittajavetoisemmaksi, ja monia pörssiyrityksiä johdetaan nykyisin entistä selvemmin sijoituskohteina, erityisesti institutionaalisten sijoittajien toiveiden ja vaatimusten mukaisesti (Tainio 2006). Tähän kehitykseen ovat kytköksissä myös yksittäisten kuluttajien ja kotitalouksien sijoitusvalinnat: vaikka yksittäiset sijoitukset ovatkin pieniä, niistä muodostuvat rahastot voivat olla merkittäviä ja aktiivisiakin pörssiyritysten omistajia.

Kuluttajille säästämisen ja sijoittamisen vaihtoehtojen lisääntyminen merkitsee yhtäältä mahdollisuuksia mutta toisaalta myös suurempaa vastuuta ja epävarmuutta valintojen riskeistä ja seurauksista. Vaihtoehtojen moninaisuus ja valinnan mahdollisuudet asettavat kuluttajille myös uusia vaatimuksia sekä toiminnan normeja ja ihanteita. (Lunt 1996; Lunt & Livingstone 1992.) Kuluttajan valintojen ja markkinoiden läpinäkyvyyden näkökulmasta olisikin keskeistä ymmärtää, millaisia jaettuja, kulttuurisia merkityksiä sijoittamiseen liittyy tämän päivän suomalaisessa yhteiskunnassa: Millaisiksi hahmottuvat esimerkiksi osakkeisiin ja rahastoihin sijoitta-

vien ihmisten ja toisaalta pörssiyritysten roolit ja toiminnan normit? Entä millaisina näyttyvät sijoitustoiminnan ja yritystoiminnan väliset yhteydet?

Tässä artikkelissa näitä merkityksiä lähestytään sijoittamista koskevien uutis- ja markkinointitekstien analyysin kautta. Analyysi osoittaa, kuinka tekstit ilmentävät ja rakentavat strategisen taloudenhoidon ihannetta, joka määrittyy uusliberalistisen yrittäjäajattelun kautta: aktiivisesta, pääasiassa tuottojen ja riskien optimointiin perustuvasta taloudenhoidosta rakentuu teksteissä kuluttaja-subjektin moraalinen velvollisuus. Pörssi-yritysten tehtäväksi puolestaan pelkistyy teksteissä oman markkina-arvon kasvattaminen tuottojen aikaansaamiseksi sijoittajille. Tekstien ei voi katsoa tarjoavan kuluttajille kovin monipuolisia mahdollisuuksia hahmottaa esimerkiksi sijoittamiseen liittyviä vastuita ja valtaa taikka sijoittamisen yhteyksiä yritysten toimintaan.

DISKURSSIANALYYSI KULTTUURISTEN MERKITYSTEN TUTKIMUKSESSA

Artikkelin tavoitteena on analysoida ja kuvaila uutis- ja markkinointiteksteissä rakentuvia osake- ja rahastosijoittamisen merkityksiä sekä identifioida diskursseja, joiden kautta nämä merkitykset motivoituvat ja tulevat mielekkäiksi. Diskursseilla tarkoitetaan tässä kulttuurisesti jaettuina ja suhteellisen vakiintuneita puhe- ja ajattelutapoja, joiden kautta erilaiset ilmiöt ja toiminta näyttäytyvät ymmärrettävinä (esim. Fairclough 2003). Tämä diskurssin määritelmä kytkeytyy Foucault'n valtakäsitykseen, jonka mukaan valta toimii diskurssien kautta esimerkiksi luonnollistamalla tiettyjä tiedon muotoja ja tuottamalla subjektiuksia (esim. Lemke 2001). Artikkelissa keskitytään erityisesti siihen, millaisia toimija-asemia – toiminnan ehtoja, päämääriä, motiiveja, velvollisuuksia, vastuita ja niin edelleen – sijoittaja-kuluttajille rakentuu teksteissä.

Analyysin keskeinen teoreettismetodologinen viitekehys on kriittinen diskurssianalyysi, erityisesti Faircloughin (1992; 1995; 2003) esittämässä muodossa. Kriittinen diskurssianalyysi tutkii, kuinka diskurssit toimivat tekstien kautta ja realisoituvat vuorovaikutustilanteissa erilaisina kielen ja diskurssikäytäntöjen piirteinä, kuten tekstilajeina, intertekstuaali-

suutena, informaatorakenteina sekä esimerkiksi sanastoon ja tyyliin liittyvinä valintoina.

Kriittisen diskurssianalyysin juuret ovat sosiaalisessa konstruktionismissa ja kulttuurintutkimuksessa. Niiden yhteisenä perusnäkökymykseenä voidaan pitää ajatusta siitä, että todellisuus ja sen ilmiöt merkityksellistyvät ja tulevat ihmisille ymmärrettäviksi erilaisten kulttuuristen tekstien ja käytänteiden välityksellä. Diskursiivisesta näkökulmasta sekä viestien "tuottajien" että niiden "kuluttajien" katsotaan toimivan "merkitysten varassa merkitysten kentällä" (Hall 1992, 204) eli tuottavan merkityksiä kulttuuristen rakenteiden ja diskurssien rajoittamina ja ohjaamina. Niinpä esimerkiksi median ja markkinoinnin diskursiivisia käytänteitä taikka tekstien ehdottamia näkökulmia maailmaan ei oleteta kirjoittajan tai organisaation tietoisesti tai itsenäisesti valitsemiksi. Pikemminkin voidaan ajatella, että mitä rutiiniluonteisemmas-ta käytännöstä tai tekstistä on kyse, sitä todennäköisemmin näkökulmaksi valikoituu tiedostamatta jokin usein toistettu, esimerkiksi tekstilajin konventioihin, journalistisiin käytänteisiin tai kulttuurisiin ajattelutapoihin nivoutunut "luonnollinen" näkökulma (Fairclough 2003).

Kriittinen diskurssianalyysi ei sinällään ole analyysimenetelmä eikä sitä määritä mikään kiinteä analyysitapojen joukko. Analyysia informoi kuitenkin keskeisesti ajatus tekstin merkityspotentiaalini muodostumisesta monella tasolla: kielellisinä ja tekstin rakenteellisina valintoina, diskurssikäytänteinä ja sosiokulttuurisina käytänteinä (Fairclough 1992). Tekstin merkityksiä ja kytköksiä diskursseihin ei toisin sanoen voi analysoida yksinomaan kielellisten valintojen perusteella, vaan tekstejä on tarkasteltava käytänteinä ja tekoina, jotka ovat olemassa tiettyssä ajassa ja paikassa, kulttuurisessa ja institutionaalisessa kontekstissa, muiden tekstien ja käytäntöjen keskellä ja tiettyssä vuorovaikutustilanteessa, jossa ihmiset antavat niille merkityksiä.

Kriittinen diskurssianalyysi perustuu yleensä yksityiskohtaisempaan lingvistiseen analyysiin kuin monet muut diskurssianalyysin suuntaukset. Kielen analyysi perustuu Faircloughilla pitkälti Hallidayn (1994) funktionalistiseen kieliteoriaan, jonka mukaan kielenkäyttö toteuttaa aina samanaikaisesti monia funktioita, kuten representoi maailmaa sekä rakentaa suhteita ja identiteettejä.

Tässä artikkelissa keskitytään erityisesti tekstien representaatiomerkityksiin: lähtöoletuksena on, että tekstit uskottelevat kuvaavansa itsensä ulkopuolisia ilmiöitä ja asiaintiloja tai kertovansa niistä jotakin (Potter 1996). Diskurssianalyysin tehtävä on tutkia näitä representaatioita, niiden kielellisiä, rakenteellisia, sisällöllisiä ja diskurssikäytäntöihin liittyviä valintoja, sekä tunnistaa, millaiset puitteet ja taustaoletukset tekevät representaation mahdolliseksi.

Se, mitä piirteitä tekstistä ja sen kontekstista otetaan analyysin kohteeksi, määräytyy ennen muuta tutkimuskysymyksen perusteella. Tässä kiinnostuksen kohteena ovat sijoitusmarkkinoihin liittyvien toimijoiden ja toiminnan representaatiot, ja teksteistä analysoidaan sen vuoksi erityisesti prosesseja (Halliday 1994, 106–109) ja niiden välisiä merkityssuhteita (Fairclough 1995; 2003): millaista toimintaa esitetään, kuka toimii ja miksi sekä millaisia suhteita tapahtumien välille rakentuu.

SIJOITTAMINEN KULTTUURISESTI JÄSENTRYVÄNÄ TOIMINTANA

Kotitalouksien säästöt ohjautuvat Suomessa osakemarkkinoille yhä yleisemmin erilaisten sijoitusrahastojen kautta. Kun 1990-luvun lopun teknologiaosakkeiden buumi veti paljon piensijoittajia osakemarkkinoille, niin sitä seuranneen romahduksen voi puolestaan katsoa avanneen tietä hajautetummalle sijoittamiselle ja rahastoille. Sijoitusrahastoista onkin tullut pankkitalletusten jälkeen seuraavaksi suosituin säästämismuoto. Erilaiset sijoitusrahastot – esimerkiksi osakerahastot, korkorahastot ja niitä yhdistävät yhdistelmärahastot – ovat tulleet Suomen markkinoille 1980-luvun loppupuolelta alkaen, mutta niiden suosio on kasvanut erityisesti 2000-luvulla. Kun vielä 1999 vain muutamalla prosentilla kotitalouksista oli varoja rahastoissa, vuonna 2006 rahastosijoituksia oli lähes 20 prosentilla kotitalouksista. (Finanssialan keskusliitto 1999; 2007.)

Rahastosijoittamisen yleistyminen on kytköksissä rahoitusmarkkinoiden vapauttamiseen ja lainsäädännön muutoksiin, jotka ovat 1980-luvun loppupuolelta alkaen mahdollistaneet sijoitustuotteiden tarjonnan ja markkinoinnin monipuolistumisen (Puttonen & Kivisaari 1997). Viime vuosikymmenten aika-

na myös osakemarkkinoiden näkyvyys mediassa on lisääntynyt. Pörssitaulukot ovat kuuluneet sanomalehtien sivuille lehtien alkua ajoista lähtien (Huovila 2003), mutta 1990-luvulta alkaen erityisesti television uutislähetysten yhteyteen sijoitetut talousuutiset ovat tuoneet pörssikurssien muutokset osaksi entistä useampien ihmisten päivittäistä informaatiovirtaa. Voidaankin ajatella, että medioituneessa yhteiskunnassa osakemarkkinat näyttäytyvät nykyisin monella tavalla merkityksellisempänä osana tavallisen kuluttajan todellisuutta kuin vielä parikymmentä vuotta sitten.

Diskursiivisesta näkökulmasta tarkasteltuna sijoitustuotteiden tarjonnan, kysynnän ja näkyvyyden muutokset ovat yhteen kietoutuneita prosesseja, jotka ilmentävät ja määrittävät vähitellen uudelleen sijoitusmarkkinoihin ja laajemmin ihmisten taloudelliseen toimintaan liittyviä merkityksiä. Se, mitä tietysää kulttuurissa, ajassa ja kontekstissa ymmärretään esimerkiksi normaaliksi ja hyväksyttäväksi taloudelliseksi toiminnaksi, rakentuu ja muuttuu vuorovaikutuksessa, diskursiivisten kamppailujen kautta. Esimerkiksi osakesijoittamisen vähittäinen muodonmuutos moraalittomasta spekuloinnista tavallisen ihmisen järkeväksi taloudenhoidoksi perustuu siihen, että ilmiötä jäsenetään nykyisin erilaisen tiedon ja erilaisten arvojen kautta kuin vaikkapa sata vuotta sitten. (De Goede 2005a, Preda 2005.)

Kun sijoitusmarkkinoita koskevia uutis- ja markkinointitekstejä tarkastellaan diskurssianalyttisesta näkökulmasta, tarkoituksena ei ole markkinoista rakentuvan kuvan osuvuuden tai informatiivisuuden arviointi. Diskurssianalyysin näkökulmasta ei ole mielekästä ajatella, että sijoitusmarkkinat olisivat olemassa irrallaan niitä koskevasta puheesta ja toiminnasta ja että niitä koskeva puhe näin ollen voisi ”kuvata” markkinoita oikealla tai väärällä tavalla (De Goede 2005b, 24). Markkinat ymmärretään pikemminkin merkitysalueeksi, jolla sijoituspalvelujen tuottajat ja kuluttajat kohtaavat, toimivat ja tuottavat vuorovaikutuksessa merkityksiä toiminnalleen.

Tutkimuksen voi näin ollen katsoa sijoittuvan myös kulttuurisen kulutustutkimuksen kehykseen. Kulttuurinen kulutustutkimus nojaa kriittisen diskurssianalyysin tavoin sosiaalisen konstruktionismin ja kulttuurintutkimuksen ajatuksiin mutta nostaa tarkas-

telun keskiöön erityisesti tuotannon ja kulutuksen prosessit, joita tarkastellaan kulttuurisesti jäsentävinä – ja kulttuuria jäsentävinä – vuorovaikutuskäytänteinä ja merkitysten tuotantona (Moisander & Valtonen 2006).

Kulttuurisen näkökulman voi ajatella tarjoavan vaihtoehtoisen näkökulman ihmisten taloudellista toimintaa ja sijoitusmarkkinoita koskevalle tutkimukselle erityisesti verrattuna perinteisille taloustieteen ja rahoitusteorian lähestymistavoille, jotka pyrkivät palauttamaan ihmisten taloudellisen käyttäytymisen ja markkinoiden toiminnan yksilötoimijoiden autonomisiin ja rationaalisiin valintoihin. Kulttuurisen kulutustutkimuksen näkökulmasta säästämis- ja sijoitusvalinnat ymmärretään kulttuurisesti ja sosiaalisesti sijoittuneeksi toiminnaksi, jota jäsentävät kustannus-hyötyoptimoinnin sijaan tai lisäksi esimerkiksi sosiaaliset normit ja odotukset (Jain & Joy 1997; Lunt & Livingstone 1992). Kriittinen diskurssianalyysi pyrkii tekstien analyysin kautta tunnistamaan näitä usein näkymättömiä toiminnan ehtoja.

MEDIA- JA MARKKINOINTI- TEKSTIT ANALYYSIN AINEISTONA

Tutkimus pyrkii jäljittämään erityisesti sellaisia sijoittamiseen ja osakemarkkinoihin liittyviä merkityksiä, jotka ovat tämänhetkessä kulttuurisessa kontekstissa vallitsevia, laajasti hyväksytyjä ja mahdollisesti luonnollistuneita. Siksi aineistoksi on pyritty valitsemaan tekstejä, jotka ovat mahdollisimman julkisia ja heterogeenisen kuluttajajoukon ulottuvilla.

Tutkimuksen ensisijaiseksi aineistoksi on kerätty sanomalehtien ja television talousuutisten pörssikatsauksia, joissa raportoidaan osakekurssien ja niistä muodostettujen indeksien muutoksia. Toistuvuutensa sekä vakiintuneen sijoittelun ja muodon vuoksi niiden voi katsoa edustavan pörssistä puhumisen rutiinia. Media tuo pörssin ja sijoittamisen representaatioita päivittäin myös sellaisten kuluttajien tietouteen, jotka eivät aktiivisesti etsi tietoa näistä aiheista. Uutismedia-aineisto sisältää Helsingin Sanomien Raha-sivujen pörssikatsaukset viikolta 8.–14.11.2004, Aamulehden pörssikatsaukset viikoilta 8.–14.11.2004 ja 27.2.–5.3.2006 sekä Yle1:n ja MTV3:n talousuutislähetysten pörssikatsaukset viikoilta 3.–9.5.2004 ja 27.2.–5.3.2006. Ajankohdat on valittu satunnaisesti, ja analysoituja katsauksia on yhteensä 34. Melko suppeastakin aineistosta

on selvästi havaittavissa toistuvia, eri tiedotusvälineille yhteisiä tekstipiirteitä.

Aineistona on lisäksi Suomessa toimivien vähittäispankkien (Nordea, OP-ryhmä, Sampo Pankki ja Säästöpankkiryhmä) rahastosijoittamista esitteleviä verkkosivuja, joita voi luonnehtia markkinoiviksi teksteiksi. Vähittäispankkien voi katsoa olevan merkittävässä asemassa sijoitustuotteita koskevan tiedon luomisessa ja välittämisessä suurelle yleisölle (Schrader 2006). Pankkien verkkosivuilta on valittu ne tekstit, jotka kuluttaja kohtaa ensimmäiseksi mennessään pankin säästämis- ja sijoittamissivuille ja etsiessään perustietoa sijoittamisesta tai rahastoista. Analysoitavia verkkosivuja on yhteensä 10 (tarkemmat tiedot verkkosivuista lähdeluettelossa).

Aineistossa on siis edustettuna kaksi erilaista tekstilajia, joilla on erilaiset tuottamisen kontekstit ja tavoitteet ja joita kuluttaja todennäköisesti myös tulkitsee varsin erilaisista lähtökohdista. Joitakin tekstilajiin liittyviä eroja nouseekin tarkastelussa esille. Artikkelissa ei kuitenkaan analysoida yksityiskohtaisesti tekstilajien ominaispiirteitä tai niiden välisiä eroja, vaan tarkoituksena on pikemminkin tunnistaa sellaisia ajattelutapoja ja taustaoletuksia, jotka ovat molemmille tekstilajeille yhteisiä. Se, että eri tarkoituksiin laaditut tekstilajit näyttävät analyysin perusteella jakavan monia olennaisia taustaoletuksia ja jäsentävän sijoitusmarkkinoita pitkälti samalla tavalla, vahvistaa käsitystä siitä, että nämä oletukset ja jäsennykset todella ovat kulttuurisesti jaettuina ja jossain määrin luonnollistuneita.

YRITYSTOIMINTA PÖRSSIN TUOTTOGENERAATTORINA

Uutismedian pörssiraporteista ja pankkien sijoitusrahastoja käsitteleviltä verkkosivuilta näyttää analyysin perusteella hahmottuvan melko yksioikoinen ja monella tapaa yhdenmukainen tapa representoida osakemarkkinoiden ja sijoittamiseen yhteyksiä pörssiyritysten toimintaan. Yritystoimintaa tarkastellaan teksteissä lähtökohtaisesti osakekursien määräytymisen näkökulmasta, kurssien raaka-aineena. Yritystoiminta näyttäytyy toisin sanoen instrumentaalisenä: liiketoiminnan tehtävä on tuottaa yrityksen markkinaarvon nousua tai uskottavia arvonnousun edellytyksiä. Näkökulma on tältä osin samankaltainen kuin rahoitusteorioissa, jotka pyrki-

vät mallintamaan, selittämään ja ennustamaan osakkeiden hinnanmuodostusta taikka portfolioiden tuottoa ja riskiä sijoittajan näkökulmasta. Näissä teorioissa sekä yritys-kohtaisia tekijöitä että yleistaloudellisia tekijöitä tarkastellaan nimenomaan sijoittajien tuotto- ja riskiodotuksiin vaikuttavina muuttujina (ks. esim. Knüpfer & Puttonen 2004, 68–72, 108–128).

Teksteissä hahmotettavaa yritystoiminnan ja sijoittamisen suhdetta voi tarkemmin luonnehtia mekanistis-kausatiiviseksi. Kausatiivisuus tarkoittaa sitä, että teksteissä yritysten liiketoiminta representoidaan toimintana, jonka tehtävänä on ”aiheuttaa” pörssikursien muutoksia (uutismedian pörssiraportissa) tai tuottoja sijoittajalle (pankkien verkkosivuilla). Mekanistisuuden vaikutelma puolestaan syntyy esitystavoista, jotka häivyttävät sijoittajat toimijoina teksteistä tai esittävät sijoitusvalinnat erillisenä markkinaprosesseista. Toisin sanoen esimerkiksi osakemarkkinoiden syy-seuraussuhteet kielellisesti sellaisiksi, ettei niissä ole inhimillistä ”aiheuttajaa” vaan yritysten toiminnan ilmaistaan vaikuttavan pörssikursseihin ikään kuin suoran mekanismin välityksellä. Eriyisen selvästi kausatiivisuus ja mekanistisuus näkyvät uutismedian pörssikatsauksissa, joiden kokonaisrakenne muodostuu pitkälti seurausten ja syiden – pörssikursien ja niiden selitysten – luettelona.

Jokin aika sitten YT-neuvotteluista kertonut Exel julkisti tänään ulkomaisen yrityskaupan ja osake lähti ripeään nousuun. Nokian renkaat kertoi optioiden kaupan alkamisesta. Kenties se tönäisi osaketta pieneen alamäkeen. (Yle)

Poikkeus vaihtokärjessä oli Orklan ostotarjouksen myötä hurjaan ylämäkeen pinkaisut Chips. Sen vaihdetumpi B-osake kallistui 22 prosenttia ja A-osake 17,7 prosenttia. Toinen reipas nousija oli sijoitusyhtiö Norvestia, joka kertoi jakavansa viime vuodelta 2,50 euron lisäosingon ja korottavansa osakepääomaansa rahastoannilla sekä uusmerkinnällä. Kurssi nousi 16,1 prosenttia 18,90 euroon. Myös Metso eteni pari prosenttia. Euron vahvistuminen oli metsäosakkeiden rasiitteena. (HS)¹

Kun yritysten toiminnan ja siitä ”johtuvien” pörssikursien muutosten välissä operoivat sijoittajat eivät ole teksteissä näkyvissä, syy-seuraussuhteet näyttäytyvät lainomaisina: yritysten toimilla implikoidaan olevan pörssi-markkinoilla odotuksenmukainen, luonnollinen seurauksensa. Kokonaisuudessaan osakemarkkinat näyttäytyvät pörssiuutisissa tapahtumisena pikemminkin kuin ihmisten toimintana (vrt. Fairclough 2003, 149). Vaikutelmaa systeemin luonnollisesta tai luonteenomaisesta toiminnasta luodaan myös merkitsemällä jotkin tapahtumat – tai tapahtumattomuus – kielellisesti odotuksenvastaisiksi tai yllättäviksi (esimerkiksi negaation kautta) ja toiset tapahtumat puolestaan odotuksenmukaiseksi ja ”normaaliksi” systeemin toiminnaksi.

Öljyn halpeneminen ei onnistunut innostamaan sijoittajia (HS)

Helsingin pörssissä käytiin tiistaina kauppaa rauhallisissa tunnelmissa loivasti nousevin kursein. Nokia ja metsäyhtiöt vahvistuivat, kun raakaöljyn hinta kääntyi laskuun ja dollari vahvistui. (AL)

Pankkien sijoitusrahastoja markkinoivilla verkkosivuilla kausatiivisuus ei ole yhtä suoraviivaista kuin uutismediassa. Silti nämäkin tekstit rakentavat kausaaliseen vivahtavia riippuvuussuhteita, joissa hahmotellaan, mistä sijoittajan saama tuotto, ja toisinaan myös sen epävarmuustekijät, johtuvat. Markkinointiteksteissä syy-seuraussuhteiden ilmaiseminen on kuitenkin varovaista.

Osakesijoittamisessa onkin olennaisinta tiedonhankinta sijoituskohteesta, koska yksittäisen yhtiön osakkeen tuottokehitys on pitkällä aikavälillä riippuvainen yrityksen liiketoiminnan tuloksesta. (Sampo)

Korkorahastojen tuotto riippuu korkotason ja osakerahastojen tuotto vastaavasti osakemarkkinoiden kehityksestä. (OP)

Ylipäänsä pörssiyritykset ja yritystoiminta ovat sijoitusrahastojen markkinointiteksteissä läsnä vain hyvin abstraktisti ja etäännytetysti. Kielellisesti rahastojen ei yleensä ilmaista sijoittavan yrityksiin vaan esimerkiksi ”sijoituskohteisiin”, ”arvopapereihin” tai

¹ Esimerkeissä käytetyt aineiston tunnisteet: AL, Aamulehti; HS, Helsingin Sanomat; OP, OP-ryhmä/Osuuspankki (verkkosivut); SP, Säästöpankkiryhmä (verkkosivut).

”kansainvälisille sijoitusmarkkinoille”. Sijoittamisen ja yritystoiminnan yhteydet eivät ylipäänsä näyttäyty relevanttina merkityskenttänä rahastojen markkinoinnin kontekstissa. Analysoiduilla verkkosivuilla ei myöskään kerrota sijoituskohteina olevista yrityksistä juuri mitään: mitä toimialaa ne edustavat, missä ne toimivat, mitkä ovat toiminnan eettiset ja ympäristöperiaatteet ja niin edelleen. Tällainen puhetapa, joka etäännyttää – tai pikemminkin häivyttää – yritykset sijoitustoiminnasta, asettaa yritykset rahastojen esitelyteksteissä melko yksioikoisesti tuottogeneraattorin rooliin.

Pörssiyritysten esittäminen tuottogeneraattoreina rakentaa myös sijoitustuotteiden kuluttajalle tietynlaista toimija-asemaa, joka sisältää oletuksia esimerkiksi sijoittajan kiinnostuksen kohteista ja sijoittamisen motiiveista. Sisällölliset valinnat antavat viitteitä siitä, millainen tämä toimija-asema ei ainakaan ole. Koska sijoitusratkaisuja harkitsevan kuluttajan ei markkinointiteksteissä lähtökohtaisesti oleteta olevan kiinnostunut siitä, millaisiin yrityksiin rahastot sijoittavat, on selvää, ettei kuluttajalle ensisijaisesti tarjoutuva subjektiasema ole esimerkiksi ”eettisen sijoittajan” asema. Myöskään sijoittajavallan ajatus ei aktivoitu kummassakaan tekstilajissa, eli tekstit eivät aktivoi tulkintakehystä, jossa sijoittajien toiminnalla olisi tai voisi olla ohjaavaa vaikutusta yritysten toimintaan. Kärjistäen teksteihin siis rakentuu sijoittaja-subjekti, joka ei ole ensisijaisesti kiinnostunut sijoituskohteiden valintaan liittyvistä eettisistä kysymyksistä tai taloudellisten valintojen sa laajemmista seurauksista vaan lähinnä sijoitusten odotettavasta tuotosta ja sen varmuusasteesta.

TUOTON JA RISKIN OPTIMOINTI KONEISTOA OHJAAVANA VOIMANA

Tekstiin kirjoitettavia oletuksia sosiaalisen ja taloudellisen toiminnan motiiveista ja ehdoista voidaan lähestyä tarkastelemalla sitä, millaisia prosesseja teksteissä ilmaistaan ja millaisia suhteita niiden välille rakennetaan tai implikoidaan: Millaiset motiivit tekstien rakentamassa merkitystodellisuudessa näytettyvät rationaalisina, ymmärrettävinä tai odotuksenmukaisina? Millaisten tekijöiden ajatellaan mahdollistavan ja rajoittavan toimintaa, kuten kuluttajien päätöksiä säästää ja sijoittaa? (Ks. esim. Törrönen 2000.)

Uutismedian pörssikatsauksissa sijoittaminen representoidaan systeemiluontoiseksi tapahtumiseksi pikemminkin kuin sosiaalisesti toiminnaksi tai tekemiseksi. Systeemin kehyydessä sijoittaminen näyttäytyy päivän mittaan kumuloituvina osto- ja myyntitapahtumina, jota erilaisten ”muuttujien” kuten öljyn hinnan ja tulosuutisten ilmaistaan säätelevän. Kuitenkin myös tähän tapahtumisen systeemiin implikoituu toiminnan reunaehtoja eli oletuksia esimerkiksi siitä, miksi osakkeita ostetaan ja myydään ja millaisia rajoitteita ja mahdollisuuksia toiminnalla on.

Markkinoiden esittäminen loogiseksi, omalakisiksi ja ennakoitavaksi systeemiksi edellyttää ensinnäkin ajatusta siitä, että sijoittajilla on keskenään suhteellisen yhtenäiset ja vakaat käsitykset sijoittamisen tavoitteista ja niiden saavuttamiseksi käytettävistä keinoista. Teksteissä tämä näkyy siten, että sijoittajista puhutaan teksteissä tyypillisesti kollektiivisena kokonaisuutena ja heidän ilmaistaan reagoivan uutisiin samansuuntaisesti.

Isot kaupat piristivät pörssiä (HS)

Tunnelmia heikensi euron vahvistuminen ennätyskorkeaksi dollaria vastaan. (AL)

Sijoittajia miellytti myös Marimekon hyvä kysyntä ulkomailla ja erityisesti Yhdys-valloissa, sillä Marimekon myynti on ollut tähän asti hyvin Suomi-keskeistä. (MTV3)

Tekstit näyttävät rakentuvan ajatukselle yleisistä ja yhteisistä sijoittajien toimintaa jäsentävistä tekijöistä, vaikkakin nämä tekijät samalla jätetään täysin implisiittisiksi taustaoletuksiksi. Miksi esimerkiksi euron vahvistuminen heikentää sijoittajien tunnelmia? Millaisia oletuksia sijoittajien motiiveista ja päämääristä sekä talouden toiminnasta tähän kausaaliketjuun sisältyy? Tulkinnan kannalta tarpeellisten oletusten sanomatta jättäminen konstruoi nämä oletukset jaetuiksi tai itsestään selviksi jopa normatiivisella tavalla. Taustaoletuksia voidaankin pitää keskeisesti ideologisina tekstin ominaisuuksina (Fairclough 1992 ja 2003).

Pankkien sijoitusrahastoja käsittelevillä verkkosivuilla sijoittamisen tavoitteita koskevat lähtöoletukset ovat selvemmin näkyvissä. Niissä sijoittamisen pääasiallisina tavoitteina näytettyvät tuotto ja turvallisuus. Nämä tavoitteet tuodaan tekstissä esiin kriteereinä, joita kuluttajan oletetaan arvostavan ja

tavoittelevan tehdessään säästämistä ja sijoittamista koskevia päätöksiä. Tuoton tavoittelu, riskin karttaminen ja vaivattomuus ovat käytännössä ainoat kriteerit, jotka rahastojen markkinointiteksteissä esitetään merkityksellisinä kuluttajan kannalta.

Osakerahastojen varat sijoitetaan julkisesti noteerattujen yritysten osakkeisiin, jolloin riskitason vastapainona on suuri tuotto-odotus. (OP)

Mitä suurempaa tuottoa tavoittelee, sen suurempaa tuoton vaihtelevuutta eli riskiä on siedettävä. (Nordea)

Tuotto ja riski kulkevat markkinointiteksteissä toisiinsa kytkettyinä, ja kuluttajan valinnoista konstruoidaan tasapainoilua näiden kriteerien välillä. Valinnan kohteeksi tiivistyy siis tuoton ja riskin suhde. Mitään yleistä, kaikille kuluttajille yhteistä optimisuhdetta markkinointitekstit eivät kuitenkaan oleta, vaan teksteissä korostuu pikemminkin optimisuhteen yksilöllisyys. Kullekin kuluttajalle "sopivan" tuotto-riskisuhteen ajatellaan teksteissä riippuvan esimerkiksi sijoituksen suunnittelusta aikajänteestä sekä kuluttajan henkilökohtaisista ominaisuuksista ja mieltymyksistä. Käytännössä nämäkin pelkistyvät lähinnä suhtautumiseksi riskiin ja tuottoon, kuten "maltillisuudeksi" tai "turvallisuushakuisuudeksi".

Turvallisuushakuiselle sijoittajalle ja alle kahden vuoden sijoitukseen suositellaan OP-Euro -sijoitusrahastoa (0), joka sijoittaa lyhytaikaisiin korkoa tuottaviin kohteisiin. OP-Korko Plus (20) on vaihtoehto varovaiselle sijoittajalle. Maltilliselle sijoittajalle yli neljän vuoden sijoitukseen sopii OP-Tuotto (40) ja yli kuuden vuoden sijoitukseen OP-Spektri (60). OP-Pirkka (80) ja kansainvälinen osakerahasto OP-Maailma (100) on tarkoitettu pitempiaikaisiin sijoituksiin suurempaa tuottoa tavoitteleville ja samalla suurempaa riskiä sietäville sijoittajille. (OP)

Riskinä näyttäytyy markkinointiteksteissä yleensä sijoitusten arvon mahdollinen vaihtelu mutta toisinaan myös liika varovaisuus: kuluttajat saattavat kokea taloudellisissa päätöksissään pelkoa siitä, että riskin karttaminen osoittautuu taloudellisesti kannattamaksi (Lunt 1996, 683). Tämän ajattelutavan mukaan mikään valinta ei ole riskitön: jos ei ota arvovaihtelun riskiä, ottaa sen riskin, että inflaatio syö säästöt. Riskiä sisältyy

näin ollen myös tekemättä jättämiseen, rahojen makuuttamiseen tilillä. Tämä käsitys on jossain määrin näkyvissä myös sijoitustuotteiden markkinointiteksteissä, joissa rahastaja verrataan – usein implisiittisesti – paitsi riskipitoisiin osakemarkkinoihin myös huonosti tuottaviin pankkitileihin. Ihanteeksi rakentuu sijoitustuote, jossa tuotto ja riski ovat sopivassa suhteessa. Kun markkinointiteksteissä esimerkiksi suositellaan kertyneen varallisuuden sijoittamista säästötiliä tuottavammin, suosituksen voi nähdä perustuvan juuri varovaisuuden riskin ajatukselle.

Jos lähiaikojen rahoitustarpeet on jo turvattu, on oikea aika miettiä mahdollisuuksia sijoittaa säästöjä tuottavammin. (OP)

Ja pitkällä aikavälillä rahastot tarjoavat selvästi perinteisiä säästämismuotoja paremmat tuottomahdollisuudet (Nordea)

Tuoton ja riskin keskinäisen suhteen optimointi näyttäytyy siis rahastojen markkinointiteksteissä luonnollisena ja järkevänä sijoittajan tavoitteena ja toimintaa ohjaavana kriteerinä. Tuoton tavoittelu näyttäytyy kiinnostavalla tavalla itseisarvoisena tavoitteena, ei siis välineellisenä, esimerkiksi säästämisenä tiettyä tarkoitusta varten, vaan edellisen esimerkin tavoin yleisenä "rahoitustarpeiden turvaamisena".

Sama tuoton ja turvallisuuden logiikka voidaan identifioida myös uutismedian pörssiraporttien taustaoletukseksi, sillä sen kautta tarkasteltuna pörssiraporttien konstruoimat selitykset ja yhteydet näyttäytyvät mielekkäinä. Tiettyjen talousuutisten, kuten yritysten laatuongelmien, sopimusten purkautumisen ja odotettua huonompien tulosuutisten voi katsoa edustavan sijoittajan näkökulmasta kasvanutta arvovaihtelun riskiä, josta pyritään eroon osakkeita myymällä. Siten niitä voidaan tekstissä käyttää kurssilaskun uskotavina selityksinä. Hyvät uutiset puolestaan edustavat tuottomahdollisuuden paranemista, jota pyritään lisäämään osakkeita ostamalla.

Tuoton ja riskin optimointiin perustuva argumentointi siis rakentaa sijoittajasubjektia, jonka sijoituskäyttäytyminen perustuu sijoituksen taloudellisten hyötyjen ja kustannusten arviointiin. Uutisteksteissä sijoittajat näyttäytyvät homogeenisenä laumana, jolla on yhtenevät näkemykset sijoittamisen tavoitteista ja niihin pyrkimisen keinoista.

Rahastojen markkinointiteksteissä sijoittajista rakennetaan yksilöllisempiä, mutta vain suhtautumisessaan riskinottoon ja tuoton tavoitteluun. Kaiken kaikkiaan sekä uutistekstien että markkinointitekstien sijoittajajsubjektia voi luonnehtia melko abstraktiksi, iättömäksi ja sukupuolettomaksi, toiminnan perusteella määrittäytyä kategoriaksi.

MARKKINATOIMIJOIDEN MORAALI JA VASTUUT

Osakemarkkinoita koskeviin jaettuihin, kulttuurisiin merkityksiin liittyy keskeisesti sellaisia moraalisia arvotuksia markkinoilla toimimiseen ja eri markkinatoimijoihin liitetään. Tällöin on kyse siitä, millaiset toimija-asetat ja toiminnan vaikuttimet näyttäytyvät vallitsevassa diskurssissa esimerkiksi hyväksyttävänä, toivottuina ja vastuullisina (Törrönen 2000; Fairclough 1992).

Tietyt kielelliset valinnat laukaisevat arvooletuksia tai implikoivat myönteistä arvoväitämää (Fairclough 2003, 56). Esimerkiksi uutismedian pörssikatsauksissa positiivisesti arvottavat ilmaukset liittyvät kurssinousuihin ja sitä kautta osakkeiden ostamiseen: kurssit nousevat "positiivisen sentimentin" takia, puhutaan pörssin "uudesta ennätyksestä" ja "reippaasta nousijasta". Sen sijaan kurssien laskua tai paikallaan pysymistä (eli myymistä ja pitämistä) arvotetaan monella tavoin kielteisesti: puhutaan "vaisusta" pörssipäivästä, jolloin kurssit "notkuvat".

Uutismedian pörssikatsauksiin kirjoittuva toimija seuraa lisäksi aktiivisesti talouden tapahtumia ja tekee nopeita osto- ja myyntipäätöksiä niiden perusteella. Hän ostaa ja myy välittömästi, kun osavuositulos julkaistaan, öljyn hinta muuttuu, osinko irtoaa tai sopimus purkautuu. Osakekurssien muutokset raportoidaan uutismediassa tyypillisesti päivittäisinä kokonaisuutuksina, joiden selitykseksi esitetään saman päivän taloustapahtumia. Kertaluonteisuuden vaikutelmaa raportointiin tuo myös muutosten tarkan euro- tai prosenttimäärän ilmaiseminen:

Rakennus- ja asfalttikonserni Lemminkäinen lupasi niin ikään 1,00 euron lisäosingon ja kohtuulliset näkymät loppuvuodeksi. Osake nousi 2,6 prosenttia. (AL).

Kaiken kaikkiaan pörssikatsausten voi katsoa arvottavan myönteisesti jatkuvaa ja nopea-tempoista kaupankäyntiä ja rakentavan näin

eräänlaista iloisen keinottelijan toimija-asetmaa.

Pankkien sijoitusrahastojen markkinointiteksteissä puolestaan kohtaa kaksi aikajännettä. Sijoitusmarkkinat näyttäytyvät yhtäältä kuluttajasta etäisinä, nopealiikkeisinä ja arvaamattomina, ja kuluttajaa varoitetaan tuoton heilahtelusta lyhyellä aikavälillä. Samalla teksteissä kannustetaan kuluttajia pitkäjänteiseen toimintaan ja rakennetaan näin varovaisen ja harkitsevan sijoittajan toimija-asetmaa.

Osakerahastoissa tuotto-odotus on korkea, mutta varsinkin lyhyellä tähtämellä rahastosuuden arvonheilahtelut voivat olla melko suuriakin. Mitä pitkäaikaisempi osakerahastosijoitus on, sitä pienempi on kurssien muutoksesta johtuva riski. (OP)

Representaatiot sijoitusmarkkinoiden nopeista liikkeistä ja kuluttajien pitkäjänteisestä ja harkitsevasta sijoitustoiminnasta eivät kohtaa toisiaan suoraan, ja sijoitusrahastojen markkinointiteksteissä rakentuukin kaksi selvästi erilaista sijoittajan subjektiasemaa. Rahastoon sijoittava kuluttaja, jota tyypillisesti puhutellaan tekstin lukijana, näyttäytyy melko passiivisena tapahtumien seuraajana ja tuottojen odottelijana. Hänen roolinsa on syöttää rahaa automaattiin, tarkastella sijoitusten arvon kehittymistä ja nostaa halutesaan säästöjä käyttöönsä. Rahastojen markkinointiteksteissä kuluttajan aktiivisuus – ja siihen liittyvä vaivannäkö – keskittyy yhteen hetkeen ja toimeen eli sopivan rahaston valintaan. Valinnan jälkeistä olotilaa määrittävät teksteissä vaivattomuus ja passiivisuus. Kuluttajan puolesta työtä tekee tällöin markkinointitekstien toinen sijoittajasubjektia, sijoittamisen ammattilainen. Ammattisijoittajasta eli salkunhoitajasta rakentuukin markkinointiteksteissä välittäjä pitkäjänteisen piensijoittajan ja nopealiikkeisten, abstraktien, autonomisesti toimivien markkinoiden välille.

Rahastosijoittajan ei tarvitse seurata arvopaperimarkkinoita jatkuvasti, sillä salkunhoitajat sijoitustoiminnan ammattilaisina hoitavat rahastosijoituksia kokopäiväisesti osakkeenomistajan puolesta. (Nordea)

Rahastosäästäjänä ostat valitsemasi rahaston (tai rahastojen) osuuksia ja omistat vastavasti osuuksiesi mukaisen määrän sen/niiden omaisuudesta. Omaisuutta hoitavat ja kartut-

tavat sijoittamisen ammattilaiset, jotka jatkuvasti seuraavat ja analysoivat markkinoiden kehitystä. (Säästöpankki)

Sijoittajille ja pörssiyrityksille rakentuvat toiminnan normit tulevat sekä uutis- että markkinointiteksteissä näkyviksi myös "riskien dramaturgian" (Beck 1999, 203) kautta. Uhkien ja riskien representaatioiden voi katsoa implisiittisesti velvoittavan niiden minimoimiseen, ja riskien dramaturgia määrittelee osaltaan, millainen taloudellinen toiminta näyttää vastuullisena ja moraalise- na niin sijoitusmarkkinoilla toimivien kuluttajien kuin pörssiyritystenkin kannalta.

Sijoittajien kannalta uhaksi rakentuu teksteissä yhtäältä liika varovaisuus, joten vastuullista toimintaa määrittää yhtäältä riittävä riskinotto. Toisaalta uhkana näyttää myös sijoitusten arvonvaihtelu, jonka implikoidaan liittyvän esimerkiksi sijoituskohteiden yksipuolisuuteen, liian lyhyeen sijoittamisen ajankänteeseen tai kuluttajan asiantuntemattomuuteen. Vastuullinen sijoittaminen edellyttää teksteissä siis myös sijoitusten hajauttamista, pitkäjänteisyyttä ja asiantuntija-avun käyttämistä.

Rahastosäästäjänä saat pienemmälläkin sijoituksella suursijoittajan markkinaedut: alemmat kustannukset, tehokkaan riskien hajautuksen, ammattimaiset asiantuntijat sijoitustasi hoitamaan. (Säästöpankki)

Pienten summien sijoittaminen etenkin suoraan ulkomaisiin osakkeisiin voi kuitenkin tulla kalliiksi, sillä kaupankäynnin ja säilyttämisen kulut vievät osan tuotoista. Edullisempaa on sijoittaa osakemarkkinoille Nordea-rahastojen kautta. Rahasto hoitaa oman sijoituspolitiikkansa mukaisesti sijoituksista sijoittajan puolesta. (Nordea)

Pörssiyritysten kannalta uhkana näyttää erityisesti uutisteksteissä, sillä markkinointiteksteissä yritykset ovat pitkälti näkymättömissä – ennen muuta oman osakekurssin lasku. Pörssikatsauksissa kurssinousu ja -lasku merkityksellistyvät sijoittajien "reagoinniksi" yritysten toimintaan ja usein selvästi myös yritysten toimien arviointiksi:

SanomaWSOY kertoi parannuksesta. Se palkittiin kurssinousulla (Yle).

Sijoittajien siis ajatellaan ostamalla ja myymällä ilmaisevan mielipiteensä siitä, toimiiko

yritys heidän hyväksymällä tavalla. Kiinnostavaa on se, että "palkitseminen" (ostamalla) tai "rankaiseminen" (myymällä) ovat teksteissä sidoksissa lähes yksinomaan yritysten taloudelliseen suoriutuskykyyn. Oikeanlaisen, sijoittajien hyväksymän yritystoiminnan kriteerinä näyttää siis yrityksen kyky tuottaa arvoa osakkeenomistajille.

Pörssikatsausten argumentointi nojaa sekä sijoittajien että pörssiyritysten toiminnan osalta pitkälti uusliberalistiseen ajattelutapaan, jossa toiminnan moraalit määrittyy taloudelliseksi rationaalisuudeksi, tarkemmin sanottuna kustannusten ja hyötyjen optimoinniksi (Lemke 2001, 201). Tekstit konstruoivat sijoittajia, joiden näkökulmasta moraalista ja vastuullista yritystoimintaa on saada aikaiseksi tuottoja mahdollisimman vähäisin kustannuksin. Muita moraalin kriteereitä yritystoiminnalle ei ole. Tämä näkyy esimerkiksi tavassa, jolla pörssikatsauksissa käsitellään irtisanomisuutisia. Niiden odotuksenmukaiseksi seuraukseksi rakentuu pörssi- raporteissa tyypillisesti kurssinousu.

Kustannus-hyötyoptimointi näyttää mediateksteissä niin vallitsevana pörssiyritysten arvon mittana, että jos sijoitustuotteita ei jostain syystä voida käsitellä yksinomaan tämän rationaliteetin kautta, syntyy diskursiivista kamppailua tai ristiriitoja. Tämä näkyy esimerkiksi talousmedian hankaluuksissa käsitellä eettisinä markkinoitavia sijoitustuotteita, joita arvioidessa ja kommentoitaessa olisi väistämättä tunnustettava, että sijoittajille voivat olla merkityksellisiä myös muut kuin taloudelliset arvot (Winnett & Lewis 2000).

Ylipäänsä tuottoa ja turvallisuutta tavoitteleva sijoittaminen näyttää sekä uutismedian pörssi- raporteissa että pankkien verkkosivujen markkinointiteksteissä selvästi myönteisessä valossa – olipa se sitten nopealiikkeistä keinottelua tai pitkäjänteistä, asiantuntija- apuun nojaavaa säästämistä. Asiantilojen arvottaminen on yksi tapa rakentaa toiminnan normeja (Fairclough 2003, 108–112), ja tuoton ja riskin optimointiin perustuvan sijoitustoiminnan voikin katsoa näyttävänsä teksteissä paitsi hyväksyttävänä myös suositeltavana. Tekstit rakentavat toisin sanoen velvollisuutta tavoitella tuottoa sekä tehdä aktiivisia omaan taloudenhoitoon liittyviä päätöksiä ja valintoja tuoton ja riskin välillä (ks. myös De Goede 2005a; Lunt 1996).

LOPUKSI: UUSLIBERALISTINEN DISKURSSI JA PÖRSSIPUHEEN SEURAUKSELLISUUS

Osake- ja rahastosijoittamisesta rakentuu teksteissä hyväksyttävää, myönteisesti arvotettua toimintaa. Markkinointitekstien ohella myös uutismedia tuottaa ja ylläpitää eräänlaista hyväksyttävän keinottelun diskurssia, jota luonnehtii jo päivittäisen kaupankäynnin raportointi sinänsä ja erityisesti sen jatkuvaa muutosta etualaistava ja kurssinousua positiivisesti arvottava retoriikka. Pankkien verkkosivuilla sijoittaja-kuluttajat puolestaan näyttäytyvät tuottoa ja turvallisuutta tavoittelevina vastuullisina ja pitkäjänteisinä oman taloutensa hoitajina.

Sijoittajan toimija-asemien kannalta molempien tekstilajien voi katsoa nojaavan pitkälti uusliberalistiseen diskurssiin, jonka keskeisiä piirteitä ovat yksilökeskeinen yrittäjääjattelu sekä moraalinen ja vastuun samastaminen kustannusten ja hyötyjen optimointiin (Lemke 2001; Du Gay, Salaman & Rees 1996). Teksteissä strategisesta taloudenhoidosta ja aktiivisesta tuoton tavoittelusta rakentuu taloudellisen subjektin moraalisia velvollisuuksia. Vastuullisen kuluttajasubjektin tehtävä on pitää huolta siitä, että hän saa osansa yritystoiminnan tuotoista ja talouskasvusta kotimaisilla ja globaaleilla markkinoilla. Helpoiten ja turvallisimmin tämä tapahtuu käyttämällä hyödyksi asiantuntijoiden palveluja: pankkien ja pankkiiriliikkeiden, sijoitus- ja eläkerahastojen, analyytikoiden ja salkunhoitajien. Tekstien voikin katsoa legitimoivan näiden välittäjien olemassaoloa ja toimintaa. Yritystoiminnan moraaliseksi normiksi puolestaan rakentuu yrityksen kyky tuottaa arvoa sijoittajille.

Teksteissä rakentuvaa sijoittajan toimija-asemaa voi luonnehtia kapeaksi. Kuluttajan esimerkiksi oletetaan olevan kiinnostunut lähes yksinomaan tuottojen ja riskin suhteesta tehdessään sijoitusvalintoja. Lisäksi hänen oletetaan arvottavan myös yritysten toimintaa yksinomaan kustannusten ja hyötyjen optimoinnin perusteella. Tämän subjektiaseman ulkopuolelle jäävät monet mahdolliset toiminnan motiivit ja normit sekä pitkälti esimerkiksi sijoittamisen etiikkaan, omistajavaltaan, sijoittajan vastuuseen sekä taloudellisen toiminnan kulttuurisiin ja sosiaalisiin ehtoihin liittyvät kysymykset. Konstruktionistisesta näkökulmasta representaatiot on nähtävä

merkityksellisinä ja seurauksellisinä: osakemarkkinoiden representaatio tuoton ja riskin suhdetta optimoivien yksilötoimijoiden kentäksi voi esimerkiksi aiheuttaa sijoittajien painottunutta valikoitumista eli vaikuttaa siihen, millaisia toimijoita sijoitusmarkkinoille todennäköisimmin hakeutuu.

Uutis- ja markkinointitekstien ei voi katsoa antavan kuluttajille järin monipuolisia mahdollisuuksia hahmottaa sijoittamisen yhteyksiä yritysten toimintaan taikka sijoittamiseen mahdollisesti liittyviä vastuita ja valtaa. Vakiintuneiden puhetapojen voi myös väittää pitkälti ”epäpolitisoidun” ja ”epäsosialisoivan” (De Goede 2005b) osakemarkkinat eli riisuvan markkinat ja sijoitustoiminnan niiden poliittisista, yhteiskunnallisista ja sosiaalisista merkityksistä. Taustalta hahmottuu uusklassinen talousteoria, joka pyrkii tarkastelemaan taloudellista toimintaa irrallaan sosiaalisesta ja yhteiskunnallisesta. Uutis- ja markkinointiteksteissä talousteorian erityisluonne ja sisäiset rajaukset kuitenkin häipyvät näkyvistä, jolloin esimerkiksi markkinoiden erillisyys ei enää näyttäyty teoreettisena erotteluna vaan todellisuuden kuvauksena. Mitä vallitsevammin irrallisuuden diskurssi jäsentää puhetta osakemarkkinoista ja sijoittamisesta, sitä todennäköisempänä voidaan pitää mahdollisuutta, että sijoittamisen kollektiiviset seuraukset osoittautuvat yllättäviksi sijoittajille itselleenkin: että ”osakkeenomistajan etujensa nimissä palkansaajan - - on irtisanottava itsensä, jos Wall Street sitä vaatii”, kuten Marazzi (2006, 20) luonnehtii.

Ylipäänsä uutismedian pörssikatsausten ja sijoitusrahastojen markkinointitekstien voi tulkita tuottavan ja uusintavan näkemystä, jonka mukaan osake- ja rahastosijoittamista on luonnollista tarkastella yksipuolisesti taloudellisesta näkökulmasta. Kuluttajille markkinoidaan sijoitustuotteita ongelmattomasti tuottolähteinä, eivätkä esimerkiksi sijoitustoiminnan ja osakekaupan laajemmat, kollektiiviset seuraukset tai vaikutussuhteet näyttäyty relevantteina. Seurauksettomuuden ja epäpoliittisuuden oletukset ilmenevät kuluttajille suunnatussa pörssipuheessa hämmästyttävänä vallitsevina ja kyseenalaistamattomina, kun otetaan huomioon, että yhteiskunnassa käydään samanaikaisesti kansalaiseskustelua myös esimerkiksi omistaja-arvoajattelun ja sijoittajavetoistumisen haittapuolista.

LÄHTEET

Beck, Ulrich (1999) *Mitä globalisaatio on? Virhekäsityksiä ja poliittisia vastauksia.* Tampere: Vastapaino.

De Goede, Marieke (2005a) *Virtue, Fortune, and Faith. A Genealogy of Finance.* University of Minnesota Press.

De Goede, Marieke (2005b) 'Resocialising and Repoliticising Financial Markets: Contours of Social Studies of Finance', *Economic Sociology: European Electronic Newsletter* 6(3), July 2005: 19–28.

Du Gay, P. – Salaman, G. – Rees, B. (1996) 'The Conduct of Management and the Management of Conduct: Contemporary Managerial Discourse and the Constitution of the 'Competent' Manager', *Journal of Management Studies* 33(3): 263–282.

Fairclough, Norman (1992) *Discourse and Social Change.* Cambridge: Polity Press.

Fairclough, Norman (1995) *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language.* London: Longman.

Fairclough, Norman (2003) *Analysing Discourse. Textual analysis for social research.* London and New York: Routledge.

Finanssialan keskusliitto (1999) *Säästäminen ja luotonkäyttö.* Tutkimusraportti, toukokuu 1999.

Finanssialan keskusliitto (2007) *Säästäminen ja luotonkäyttö.* Tutkimusraportti, kevät 2007.

Hall, Stuart (1992) 'Ideologia ja tiedotustutkimus', teoksessa Koivisto, Juha, Lehtonen, Mikko, Uusitupa, Timo & Grossberg, Lawrence (toim.) *Kulttuurin ja politiikan murroksia.* Tampere: Vastapaino. 194–210.

Halliday, M. A. K. (1994) *An Introduction to Functional Grammar.* London, New York, Sydney, Auckland: Arnold.

Huovila, Tapani (2003) *Tiedolla korkoa. Suomalaista talousjournalismia 1900-luvulla.* Helsinki: Inforviestintä.

Jain, Arvind K. & Joy, Annamma (1997) 'Money matters: An exploratory study of the

socio-cultural context of consumption, saving, and investment patterns', *Journal of Economic Psychology* 18: 649–675.

Knüpfer, Samuli & Puttonen, Vesa (2004) *Moderni rahoitus.* Helsinki: WSOY.

Lemke, Thomas (2001) 'The birth of biopolitics': Michel Foucault's lecture at the Collège de France on neo-liberal governmentality', *Economy and Society* 20(2): 190–207.

Lunt, Peter (1996) 'Discourses of savings', *Journal of Economic Psychology* 17: 677–690.

Lunt, Peter K. & Livingstone, Sonia M. (1992) *Mass Consumption and Personal Identity. Everyday Economic Experience.* Buckingham: Open University Press.

Moisander, Johanna & Valtonen, Anu (2006) *Qualitative Marketing Research. A Cultural Approach.* London: Sage.

Marazzi, Christian (2006) *Pääoma ja Kieli. Uudesta taloudesta sotatalouteen.* Helsinki: Tutkijaliitto.

Potter, Jonathan (1996) *Representing Reality. Discourse, Rhetoric and Social Construction.* London: Sage.

Preda, Alex (2005) 'The Investor as a Cultural Figure of Global Capitalism', teoksessa Knorr Cetina, Karin & Preda, Alex (toim.) *The Sociology of Financial Markets.* Oxford University Press. 141–162.

Puttonen, Vesa & Kivisaari, Tero (1997) *Sijoittaminen ja sijoitusrahastot Suomessa.* Helsinki: KY-Palvelu Oy.

Schrader, Ulf (2006) 'Ignorant Advice – Customer Advisory Service for Ethical Investment Funds', *Business Strategy and the Environment* 15: 200–214.

Tainio, Risto (2006) 'Suomalaisen liiketoimintajärjestelmän rakenteellinen ja kulttuurinen muutos', teoksessa Heiskala, Risto ja Luhtakallio, Eeva (toim.) *Uusi jako. Miten Suomesta tuli kilpailukyky-yhteiskunta?* Helsinki: Gaudeamus. 65–81.

Törrönen, Jukka (2000) 'Subjektiaseman käsite empiirisessä sosiaalitutkimuksessa',

Sosiologia 37(3): 243–255.

Winnett, Adrian & Lewis, Alan (2000) "You'd have to be green to invest in this": Popular economic models, financial journalism, and ethical investment', *Journal of Economic Psychology* 21: 319–339.

AINEISTONA KÄYTETYT VERKKOSIVUT (Kaikki luettu 30.3.2007)

Nordea

Rahastot

Polku: www.nordea.fi – Henkilöasiakkaat – Säästöt ja sijoitukset – Rahastot
www.nordea.fi/sitemod/default/index.aspx?id=702604

Rahastot sijoituskohteena

Polku: www.nordea.fi – Henkilöasiakkaat – Säästöt ja sijoitukset – Rahastot – Rahastot sijoituskohteena
www.nordea.fi/Henkilöasiakkaat/Säästöt+ja+sijoitukset/Neuvoja+sijoittamiseen/Sijoitusvaihtoehdot/Rahastot/702624.html

Osakkeet

Polku: www.nordea.fi – Henkilöasiakkaat – Säästöt ja sijoitukset – Osakkeet
www.nordea.fi/sitemod/default/index.aspx?id=702254

OP-ryhmä

Sijoitusrahastot

Polku: www.op.fi – Henkilöasiakkaat – Säästäminen ja sijoittaminen – Sijoitusrahastot
www.op.fi/op?id=36200

Mikä on sijoitusrahasto?

www.op.fi/op?cid=150407069

Millainen sijoitusrahasto sopii sinulle?

www.op.fi/op?cid=150407070

Sampo Pankki

Tutustu rahastoihin

Polku: www.sampopankki.fi – Rahastot
<http://domino.sampo.fi/external/sbd/ha.nsf/putket/rahastot?opendocument&open=6>.

Osakesäästäminen ja -sijoittaminen

Polku: www.sampopankki.fi – Osakkeet
<http://domino.sampo.fi/external/sbd/ha.nsf/putket/osakkeet?opendocument&open=7>

Säästöpankki

Säästä, sijoita ja vaurastu

Polku: www.saastopankki.fi – Säästäminen

ja sijoittaminen

www.saastopankki.fi/VerkkopalvelutWeb/portaali/index.jsp?sivu=seg1.saastaminen

Rahastot

Polku: www.saastopankki.fi – Säästäminen ja sijoittaminen – Lue lisää rahastoista
www.saastopankki.fi/VerkkopalvelutWeb/portaali/index.jsp?sivu=seg1.saastaminen

KIRJOITTAJA:

KTM Heidi Hirsto toimii tutkimusassistenttina Helsingin kauppakorkeakoulussa.