

Responsible Communication

To cite this article: Hirsto, H. (2022). Säästämisen ja sijoittamisen risteyksiä pankkien Twitter-viestinnässä. In: H. Katajamäki, M. Enell-Nilsson, H. Kauppinen-Räsänen & H. Limatius (Eds.). *Responsible Communication*. VAKKI Publications 14. 27–42. Available at: <https://vakki.net/index.php/2022/12/15/responsible-communication/>. ISBN 978-952-69732-1-0.

Säästämisen ja sijoittamisen risteyksiä pankkien Twitter-viestinnässä

Heidi Hirsto^a

^aMarkkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö, Vaasan yliopisto

Banks have traditionally played an important role in defining and shaping the cultural meanings and practices of saving and investing. Whereas saving has traditionally been associated with responsible economic behavior, the meaning history of investing is more varied. This paper¹ focuses on how banks and their employees construct meanings for saving, investing, and responsibility in contemporary digital media environment. Through analyzing Twitter posts with hashtags #saving and #investing, the study shows how saving gains meaning through promotional discourse and is closely intertwined with consumption and investing, with little distinctive, substantial meaning. Investing gains meaning as a hobby of an investor community where banks, analysts, and consumers engage in investment-related activities. The study indicates that investing has sidelined traditional saving as ideal economic behavior in banks' communication. Banks use the hashtags to position themselves as relevant actors in the field, but discussion concerning the societal aspects of economic activity remains limited.

Keywords: banks, discourse, investment, saving, Twitter

¹ Vaasan Aktia-säätiö on tukenut tutkimuksen toteuttamista.

1 Johdanto

Ihmisten taloudelliset valinnat, niiden perustelut ja seuraukset ovat julkisessa keskustelussa jatkuvan kiinnostuksen kohteena: Kuinka paljon palkasta pitäisi saada säästöön? Olisiko viisaampaa sijoittaa rahastoon kuin tilille? Journalistisessa mediassa huomiota ovat viime aikoina saaneet esimerkiksi uudenlaiset tai epätyypilliset sijoittajaryhmät kuten nuoret ja naiset (Grönholm 2021; Onninen 2021; Junkkari 2022); sosiaalisessa mediassa suosittuja ovat puolestaan esimerkiksi rahaa ja taloutta käsittelevät podcastit ja monimediaiset kokonaisuudet, kuten Mimmit sijoittaa. Diskurssintutkimuksen näkökulmasta mediakeskustelun voi kokonaisuutena ajatella heijastavan ja muokkaavan taloudelliseen toimintaan liittyviä kulttuurisia merkityksiä ja ihanteita sekä luovan näin mahdollisuusehtoja ihmisten taloudellisille valinnoille.

Taloudellisen toiminnan merkitykset ja niihin kytkeytyvät käytännöt ovat muuttuvia, ja niiden määrittelyyn osallistuvat yhteiskunnassa monet toimijat. 1900-luvun Suomessa säästäväisyys oli keskeinen taloudellisen toiminnan ihanne ja vastuullisen taloudellisen kansalaisuuden kulmakivi. Keskeinen rooli "säästämispropagandan" levittämisessä oli pankeilla, jotka kannustivat säästämistä pitkälti liiketoiminnallisista syistä ja samalla juurruttivat säästäväisyyden ihanteen osaksi kunnon kansalaisen itseymmärrystä (Kuusterä 1995). Säästämisen merkitykset ovat kuitenkin jatkuvasti muuttuneet, ja säästämisen rinnalle arjen talousdiskurssissa on noussut sijoittaminen. Yksi keskeinen liikkuva osa niihin liittyvissä merkityksissä on vastuullisuus. Säästäväisyys on perinteisesti liitetty vastuulliseen taloudelliseen toimintaan osana hyvää taloudenhallintaa (Podkalicka & Potts 2014), kun taas sijoittamisen vastuumerkitykset ovat olleet moninaisia ja vaihtelevia (de Goede 2005).

Myös pankkien rooli toimijana talouden kentällä ja suhteessa kuluttaja-asiakkaisiin on muuttunut merkittävästi säästämispropagandan ajoista. Säätelyn vapautuminen, kilpailun kiristyminen ja digitalisaatio ovat heikentäneet pankkien ja kuluttajien välisiä sidoksia (Nätti & Lähteenmäki 2016). Pankeilla on kuitenkin edelleen merkittävä rooli säästämis- ja sijoituskäytäntöjen järjestäjänä ja asiantuntijana. Samalla ne kohtaavat liikeyrityksinä samantapaisia kuluttajien vastuullisuusodotuksia kuin muutkin yritykset (Pérez & del Bosque 2014). Muiden yritysten tavoin niiden on oltava läsnä keskeisissä sosiaalisen median kanavissa, joissa ne asettuvat vuorovaikutukseen yleisöjen kanssa, osallistuvat yhteiskunnalliseen keskusteluun ja ottavat näin roolin yrityskansalaisina.

Tässä tutkimuksessa tarkastelen sijoittamista ja säästämistä koskevaa merkitysneuvottelua Twitterissä. Tavoitteena on selvittää, millaisia merkityksiä suomalaiset pankit ja niiden työntekijät rakentavat säästämiseksi ja sijoittamiseksi digitalisoituneessa taloudellisen toiminnan kontekstissa. Tarkemmin tutkimuksen kohteena on pankkien ja niiden työntekijöiden viestintä Twitterissä aiheutunnisteilla #säästäminen ja #sijoittaminen. Twitter edustaa tutkimuksessa sosiaalista mediaa, jossa yritys voi osallistua yhteiskunnalliseen keskusteluun esimerkiksi asiantuntijana tai ajatusjohtajana (Isotalus ym. 2018: 22).

Tutkimuksessa keskitytään merkitysten rakentumiseen ja tarkastellaan kielenkäytön ja viestinnän analyysin kautta sosiokulttuurisia ilmiöitä, eli näkökulma on diskurssianalyttinen (Fairclough 2003). Taustoitavan tutkimuksen teoriaosassa tviittien eritasoisia konteksteja, jotka yhtäältä ohjaavat tulkintoja ja joista toisaalta pyritään myös tuottamaan tietoa (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 35–36). Empiirisen analyysin tuloksena hahmottelen aihepiirejä, joihin säästämis- ja sijoituspuhe Twitterissä liittyy, jäsenen säästämisen ja sijoittamisen joustavaa merkityssuhdetta sekä pohdin löydöksiä taloudelliseen toimintaan liittyvän vastuun näkökulmasta.

Tutkimus osallistuu keskusteluun taloudellista toimintaa ohjaavista arvoista ja normeista sekä niiden vähittäisistä muutoksista. Twitter-diskurssin analyysin perusteella sijoittaminen on tämänhetkisessä talouskeskustelussa säästämistä suositumpi ja näkökulmiltaan moninaisempi keskustelunaihe. Sijoittaminen näyttää ihannoitavana toimintana ja yhteisöllisenä harrastuksena. Säästäminen puolestaan pelkistyy arjen rutiineiksi tai samastetaan sijoittamiseen; se on menettänyt säästäväisyyteen liittyviä moraalisia ja yhteisöllisiä merkityksiään. Painotus vastaa muutosta pankkien ansaintalogiikassa. Taloudelliseen toimintaan liittyvien vastuullisuus- ja vaikuttavuuskysymysten käsittelyssä pankit eivät näytä ottavan kovin aktiivista roolia. Tältä osin pankeilta voisi toivoa vahvempaa yrityskansalaisuutta ja ajatusjohtajuutta: rahoituspalvelujen välittäjinä ja perinteisen valistusroolinsa pohjalta niillä olisi mahdollisuus ohjata sekä yhteiskunnallista keskustelua että kuluttajien taloudellisia valintoja ekologisesti ja sosiaalisesti kestävämpään suuntaan.

2 Säästämistä ja sijoittamista koskeva merkitysneuvottelu

Säästämisen ja sijoittamisen merkitykset ja niihin liittyvät vastuukysymykset rakentuvat pankkien tviiteissä suhteessa eritasoisiin konteksteihin. Tviitit kytkeytyvät yhtäältä historiallisiin säästämisen ja sijoittamisen diskursseihin eli niiden vakiintuneisiin kulttuuriin merkityksiin ja merkityskamppailuihin. Samalla ne ovat osa pankkien ja kuluttajien välisen viestinnän jatkumoa ja kytkeytyvät näin pankkitoiminnan ja pankkien yhteiskunnallisen roolin muutoksiin. Kolmanneksi ne ovat osa sosiaalisessa mediassa käytävää julkista keskustelua. Tässä luvussa taustoitetaan tviittien analyysia tarkastelemalla näitä konteksteja ja sitä, miten taloudelliseen toimintaan liittyvät vastuukysymykset niissä ilmenevät.

2.1 Säästämisen ja sijoittamisen vastuumerkityksiä

Taloutta koskevaa puhetta määrittää usein vahvasti taloustieteisiin nojaava rationalistinen näkökulma, josta käsin sekä säästämisen että sijoittamisen ymmärretään pohjimmiltaan ilmentävän yksilöllistä hyvinvoinnin optimoimista sekä tulojen ja kulutuksen tasapainottamista pitkällä aikavälillä (ks. Podkalicka & Potts 2014). Taloussosiologia ja kulttuurintutkimus tarjoavat kuitenkin toisenlaisen näkökulman: niistä käsin säästämistä ja sijoittamista tarkastellaan kulttuurisidonnaisina ja yhteisöllisesti normitettuina käytäntöinä, joita ohjaavat vahvasti esimerkiksi tavat, tottumukset ja kulttuuriset arvot (esim. Zelizer 1994, de Goede 2005).

Kulttuurisesti säästäminen ja säästäväisyys on usein liitetty vastuulliseen taloudelliseen toimintaan esimerkiksi moraalisena hyveenä tai osoituksena hyvästä talouden- tai laajemmin elämänhallinnasta (esim. Lehtonen & Pantzar 2002: 224). Säästäväisyyttä voi motivoida välttämättömyys, eli se voi tietystä tilanteesta olla ainut keino selvitä köyhyyden asettamista rajoituksista. Toisissa tilanteissa taas säästäväinen asenne ja käyttäytyminen voivat olla tietoisia valintoja, jolloin säästäväisyyden harjoittaminen toimii näkyvänä merkinä paitsi toimijan taloudellisista valinnoista myös tämän moraalista arvoista ja ansioista (Podkalicka & Potts 2014: 231). Suomessa tällainen moraalisesti latautunut, hyve-etiikasta ammentava säästäväisyysdiskurssi on historiallisesti liittynyt ostamisesta ja kuluttamisesta pidättäytymiseen, joka voidaan yhdistää laajempiin itsekurin, kieltämyksen ja vaatimattoman elämäntavan ihanteisiin (esim. Hirvilampi 2008; Niemi 2008; Ruckenstein 2011). Säästäväisyyttä voidaan kuitenkin ajatella laajemmin kunnioitavana, säilyttämään ja suojelemaan pyrkivänä suhtautumisena omaisuuteen ja ympäristöön (Podkalicka & Potts 2014: 228), jolloin sitä voidaan ilmentää myös harkituilla, esimerkiksi eettisillä tai ympäristöystävällisillä kulutusvalinnoilla (Lehtonen & Pantzar 2002).

Sosiokulttuurin makrotasolla säästämisen arvostus kytkeytyy laajoihin taloudellisiin ja sosiokulttuurisiin kehityskulkuihin. Esimerkiksi Suomessa säästäväisyyskasvatus kytkeytyi 1920–30-luvuilla läheisesti muihin elämäntapaliikkeisiin kuten raittiusliikkeeseen ja näyttäytyi ennen muuta moraalisenä hyveenä (Kuisma & Keskisarja 2012). Sodan ja jälleerakennuksen vuosina se sai joksikin aikaa yhteisöllisen ponnistuksen merkityksiä ennen kulutuskulttuurin nousua ja säästämispuheen yksilöllistymistä (Lehtonen & Pantzar 2002). Rahojen tallettaminen pankkitilille maltillista korkoa kasvamaan nähtiin pitkään vastuullisena ja oikeutettuna tapana toteuttaa säästämistä – verrattuna esimerkiksi käteisen tallettamiseen ”sukanvarteen” tai patjan alle (Hirsto 2018). Vähitellen pankkitalletusten kulttuurinen legitimitetti on kuitenkin kyseenalaistunut, ja ”tilillä makuuttamisen” sijaan säästöjä kannustetaan ohjaamaan tuottavampiin kohteisiin (Hirsto 2011).

Sijoittamisen perusmerkitykseen kuuluu säästämiseen verrattuna yleensä eksplisiittisesti tuoton tavoittelu ja varallisuuden kartuttaminen, ja sen vuoksi siihen on historiallisesti liittynyt hieman erityyppisiä vastuumerkityksiä kuin säästämiseen. Sijoittamista on eurooppalaisessa kontekstissa paheksuttu oman edun tavoitteluun perustuvana keinotteluna, mutta samalla sijoittamiseen ja sijoittajiin on liittynyt myös arvostusta, ihailua ja jopa kulttuurisia fantasioita (de Goede 2005; Hirsto, Katila & Moisander 2014). Suomessa sijoittaminen oli pitkään harvojen saatavilla ja näyttäytyi eliitin harrastuksena: ”Tehtailijoiden, talonpoikien ja työläisten maassa arvopaperikauppa haaskahti rehellisen työn ja yrittämisen polkemiselta”, kuten Kuisma ja Keskisarja (2012) luonnehtivat. Heidän mukaansa sijoittaminen alettiin nähdä kunniallisena taloudellisena toimintana 1980-luvun puolivälissä ja arkisena säästämis- ja ansaintatapana vasta 2000-luvulla.

2000-luvulla sijoittaminen on vakiintunut julkisessa diskurssissa osaksi kunnan kansalaisen järkevää taloudenhoitoa (Hirsto 2009). Samaan aikaan niin sanotun eettisen tai vastuullisen sijoittamisen markkinat ovat kasvaneet ja vaihtoehdot lisääntyneet (Daugaard 2020). Esimerkiksi vastuullisen sijoittamisen yhdistys Finsif (2020) luokittelee kuusi erilaista vastuullisen sijoittamisen muotoa, joihin kuuluu muun muassa vaikuttavuussijoittaminen. Sijoittamiseen liittyvää vastuuta ja vaikutuksia on näin ollen vähitellen alettu hahmottaa tavalla, joka ulottuu sijoittajan omaa etua laajemmalle. Sijoitusmarkkinoihin kansainvälisenä järjestelmänä liittyy kuitenkin edelleen vakavia eriarvoistavia piirteitä, jotka mahdollistavat esimerkiksi niin sanottujen kehittyvien markkinoiden riistoa (Schultz 2021). Lisäksi sijoittamisen merkityksiä hallitseva institutionaalinen asiantuntijapuhe tyypillisesti hämärtää näitä kytköksiä ja ongelmia esimerkiksi rationalisoimalla (de Goede 2005: 144).

2.2 Pankkien ja kuluttaja-kansalaisten muuttuvat suhteet

Pankeilla on keskeinen rooli säästämisen ja sijoittamisen mahdollistajina, ja Suomessa ne ovat perinteisesti osallistuneet aktiivisesti erityisesti säästämistä koskevaan keskusteluun. Pankkien vahvaa roolia säästäväiskasvatuksessa selittävät osittain ideologiset syyt (Kuusterä 1995), mutta lisäksi yksityisten talletusten kerääminen oli pankeille pitkään elinehto vahvasti säännellyssä markkinatilanteessa (Kuisma & Keskisarja 2012). Sääntelyn vapauduttua pankit eivät nykyisin ole riippuvaisia yksityishenkilöiden talletuksista, ja pankkien liiketoimintamallit perustuvat entistä vahvemmin esimerkiksi asiantuntijapalvelujen tarjoamiseen ja palvelumaksuihin (Erturk & Solari 2007).

Toisaalta myöskään kuluttajat eivät ole samalla tavalla riippuvaisia pankeista. Nykyisin myös muut organisaatiot kuin pankit tarjoavat kuluttajille esimerkiksi maksupalveluja, luottoa ja sijoituspalveluja. Pankeilla on kuitenkin edelleen vahva asema esimerkiksi yksityishenkilöiden sijoitusten kanavoinnissa. Nätin ja Lähteenmäen (2016: 33) mukaan pankkien suurimmat haasteet nykymaailmassa liittyvät siihen, miten ne onnistuvat tavoittamaan ja kohtaamaan kuluttajia, ymmärtämään näiden arvomaailmaa ja tarpeita

sekä luomaan arvoa tavalla, joka sitouttaa kuluttajia. Pankit kohtaavat liikeyrityksinä esimerkiksi samantapaisia kuluttajien vastuullisuusodotuksia kuin muutkin yritykset. Pérez ja del Bosque (2014: 229) havaitsivat espanjalaista pankkisektoria koskevassa tutkimuksessaan, että vastuullisuusodotukset kohdistuvat pankkialalla erityisesti asiakaslähtöisyyteen – esimerkiksi palvelun tehokkuuteen ja luotettavuuteen sekä vuorovaikutuksen toimivuuteen – sekä toiminnan yleiseen eettisyyteen ja laillisuuteen.

2.3 Twitter merkitysneuvottelun areenana

2000-luvulla sosiaalisesta mediasta on tullut keskeinen yritysten, muiden organisaatioiden ja kansalaisten kohtaamispaikka. Twitteriä sosiaalisen median alustana on luonnehdittu eliitin mediaksi, jonka yhteiskunnallinen merkitys perustuu osaltaan siihen, että sitä käyttävät aktiivisesti toimittajat, poliitikot ja muut yhteiskunnallisesti aktiiviset toimijat (Vainikka & Huhtamäki 2015: 180; Isotalus ym. 2018: 25). Se ei näin ollen ole ensisijaisesti suuren yleisön sosiaalinen media, jossa yritys tavoittaisi suuret kuluttajajoukot. Pikemminkin yritys voi Twitterissä viestimällä liittyä yhteiskunnallisten keskustelijoiden joukkoon ja ilmentää näin tietynlaista yrityskansalaisuutta.

Yritysten näkökulmasta Twitter-viestintä voidaan ymmärtää pohjimmiltaan strategiseksi viestinnäksi, johon voi sisältyä esimerkiksi vastuullisuusviestinnän, PR-viestinnän ja markkinointiviestinnän funktioita. Yritykset käyttävät Twitteriä esimerkiksi tiedottamisen ja sidosryhmien sitouttamisen tarkoituksiin (Albu & Etter 2016: 7). Myös pankkien viestintää Twitterissä on tutkittu sidosryhmä- ja vastuullisuusviestinnän (esim. Steenkampf & Rensburg 2019; Schröder 2021, Gómez-Carrasco, Guillamon-Saorin & Garcia Osma 2021) ja markkinointiviestinnän (Boateng 2019; Misra 2021) näkökulmista. Tutkimuksissa on tarkasteltu esimerkiksi sitä, millaisista yritysvastuun teemoista pankit viestivät (Schröder 2021; Gómez-Carrasco ym. 2021) ja miten ne hyödyntävät vastuullisuusviestintää ja vastuullisuusteemoja organisaation identiteetin ja legitimitietin rakentamisessa sosiaalisessa mediassa (Özdora-Aksak & Atakan-Duman 2015). Näissä tutkimuksissa pankkitoimialan ja -palvelujen sisällöllinen erityisyys on kuitenkin pääosin jäänyt yleisten vastuullisuusteemojen tarkastelun varjoon.

Tässä tutkimuksessa Twitteriä ei tarkastella ensisijaisesti yritysviestinnän näkökulmasta vaan pikemminkin diskurssina (ks. esim. Kreis 2017) ja kulttuuristen merkitysten rakentamisen areenana (Gonsalves, McGannon & Pegoraro 2021). Kiinnostus kohdistuu sääntämisen ja sijoittamisen kulttuurisiin merkityksiin, ja pankkien viestinnän strateginen näkökulma rajataan pääosin tarkastelun ulkopuolelle. Pankkien tviitit on valittu tarkasteluun ennen muuta sen vuoksi, että pankeilla on perinteisesti ollut merkittävä rooli sääntämisen ja sijoittamisen merkitysten rakentamisessa ja aiheeseen liittyvää institutionaalista auktoriteettia.

Sosiaalisen median diskurssin tutkimuskentällä tämä tutkimus liittyy perinteeseen, jossa tarkastellaan aihetunnisteiden avulla jäsenyvää yhteiskunnallista keskustelua. Sitä on tutkittu erityisesti hashtag-kampanjoiden tai aihetunnisteiden ympärille kietoutuvien poliittisten liikkeiden yhteydessä (esim. Kreis 2017; Gonsalves ym. 2021). Aihetunnisteilla eli hashtageilla on Twitter-viestinnässä monenlaisia funktioita. Aihetunnistetta käyttämällä voidaan sananmukaisesti merkitä tviitin ”aihe” (topic) tai korostaa viestin keskeistä teemaa ja näin asemoida viesti osaksi laajempaa keskustelua (Albu & Etter 2016: 7). Aihetunnisteen avulla voidaan kuitenkin myös ilmaista yhteisöllisyyttä ja merkitä tviitti relevantiksi tietylle yleisölle (Koskela & Sihvonen 2018: 36). Organisaatiot voivat myös keksiä omia aihetunnisteitaan ja käyttää niitä luovasti brändin, organisaation ja sidosryhmien identiteettien rakentamiseen (Albu & Etter 2016). Virolainen ja Luomaaho (2018) huomauttavat, että tällaisiin pyrkimyksiin liittyy yritysten näkökulmasta myös maineen hallintaan liittyviä riskejä.

Tässä tutkimuksessa tarkastelun kohteena on ensisijaisesti aihetunnisteiden luokitteleva, teemoja nimeävä ja korostava, keskustelua jäsentävä funktio. Tarkasteluun valitut #sijoittaminen ja #säästäminen ovat yleisluonteisia ja otsikkomaisia aihetunnisteita. Niitä käyttämällä pankki voi ilmaista osallistumista keskusteluun ja samalla tietynlaista (tavoittelemaansa) roolia yhteiskunnallisena toimijana, kuten asiantuntijana tai ajatusjohtajana.

3 Aineisto ja menetelmä

Tutkimuksen aineisto koostuu suomalaisten pankkien ja niiden työntekijöiden Twitter-julkaisuista, jotka sisältävät aihetunnisteen #säästäminen tai #sijoittaminen. Aineisto on kerätty kahden kuukauden ajanjaksolta, marras-joulukuulta 2019. Keräsin maksullisen Trackmyhashtag-palvelun avulla tältä ajanjaksolta kaikki tviitit, jotka sisältävät valitut aihetunnisteet. Ohjelma kerää aineiston muodossa, joka säilyttää tviittien tekstisisällön ja joitakin emojeeja sekä metadatan (ml. linkit alkuperäisiin tviitteihin), mutta ei esimerkiksi videoita ja kuvia. Tästä kokonaisuudesta luokiteltiin tviittaajat käyttäjätilien nimien ja kuvausten mukaan, ja tähän tutkimukseen valittiin käyttäjätilit, jotka voitiin näiden tietojen perusteella tunnistaa Suomessa toimiviksi pankeiksi tai niiden työntekijöiksi. Kaikkia kerättyjä tviittejä tarkastellaan yhtenä tekstiaineistona, joka kokonaisuutena edustaa sijoittamisesta ja säästämisestä käytävää Twitter-keskustelua. Analyysissä ei siten eritellä julkaisuja tviittaajittain.

Aineisto koostuu järjestämisen ja siivouksen jälkeen 668 tviitistä. Näistä 82 tviittiä (12 %) sisältää aihetunnisteen #säästäminen ja 621 tviittiä (93 %) sisältää aihetunnisteen #sijoittaminen. Osa tviiteistä (5 %) sisältää molemmat aihetunnisteet (ks. liite 1). Aineistoa analysoidaan diskurssintutkimuksen näkökulmasta keskittyen säästämiseen ja sijoittamiseen rakentuviin merkityksiin yllä kuvatuissa sosiokulttuurissa ja diskursiivisissa konteksteissa (vrt. Fairclough 1997: 82; Pietikäinen & Mäntynen 2009: 35–36). Analyysia ohjaavat seuraavat tutkimuskysymykset:

- (1) Millaisiin aiheisiin #säästäminen ja #sijoittaminen liitetään tviiteissä?
- (2) Miten säästämisen ja sijoittamisen merkitykset limittyvät ja eroavat toisistaan?
- (3) Millaisia perusteluja, tavoitteita ja vastuumerkityksiä säästämiseen ja sijoittamiseen esitetään taikka hahmottuu asiayhteyksien kautta?

Analyysin ensimmäisessä vaiheessa tarkastelin #säästäminen- ja #sijoittaminen-tviittien representaatiomerkityksiä (Fairclough 2003: 27) ja muodostin aineistolähtöisesti teemaluokkia, joihin sijoitin julkaisut. Luokittelu perustui pääasiassa tviittien tekstisisältöön, mutta tarvittaessa julkaisu avattiin alkuperäisessä kontekstissaan Twitterissä, jolloin myös sen (audio)visuaaliset elementit ja linkit voitiin ottaa huomioon. Luokittelun tarkoituksena oli selvittää, millaisiin (muihin) asioihin ja ilmiöihin säästäminen ja sijoittaminen pankkien viestinnässä liitetään. Tarkastelin teemaluokkien jakaumaa erikseen #säästäminen-keskustelussa ja #sijoittaminen-keskustelussa ja vertailin jakaumia toisiinsa. Lisäksi tarkastelin teemaluokkien toistuvia kielellisiä ja multimodaalisia piirteitä sekä tein huomioita niiden kautta rakentuvista identiteetti- ja toimintamerkityksistä (Fairclough 2003: 27) eli lähettäjän ja oletuslukijan positioista ja suhteista ja tviittien tarjoamista toimintamahdollisuuksista. Tätä kautta hahmottui kokonaiskuva siitä, millaisia merkityksiä säästämiseen ja sijoittamiseen liitettiin ja millaisissa (oletus)yhteisöissä merkityksistä neuvoteltiin.

Toisessa vaiheessa keskityin tutkimustehtävän ohjaamana säästämisen ja sijoittamisen risteyskiin eli niiden välisiin merkitysyhteyksiin ja -eroihin. Kolmanneksi pohdin aineistoa

kokonaisuutena taloudelliselle toiminnalle annettujen perustelujen ja tavoitteiden näkökulmasta. Erityisenä kiinnostuksen kohteena olivat säästämiseen ja sijoittamiseen yhdistyvät vastuun tai vastuullisuuden merkitykset.

4 Tulokset

Tarkastelen tässä luvussa ensin tviittien teemaluokkia, jotka kuvaavat sitä, millaisissa asiayhteyksissä säästämisen ja sijoittamisen merkitys muodostuu. Tarkastelu tuo lisäksi esiin säästämis- ja sijoittamiskeskustelujen eroja ja teemoihin liittyviä tyypillisiä puhujaja yleisöpositioita. Sen jälkeen tarkastelen säästämisen ja sijoittamisen välisiä merkityssuhteita tarkemmin. Lopuksi pohdin toiminnan perusteluja erityisesti vastuullisuuden näkökulmasta. Keskityn tässä tviittien laadulliseen tarkasteluun; määrällinen jakautuminen teemaluokkiin on kuvattu liitteessä 1.

4.1 Säästämis- ja sijoittamispuheen teemoittelu

Tunnistin tviiteistä aineistolähtöisen, avoimen koodauksen avulla kuusi teemaluokkaa. Luokan muodostamisessa pyrittiin tunnistamaan kunkin tviitin ensisijainen aihe eli se, mitä tviitti käsittelee. Taulukossa 1 kuvataan teemaluokat ja kutakin luokkaa kuvaava säästämiseen tai sijoittamiseen liittyvä ydinviesti. Lisäksi siihen on koottu kullekin luokalle tyypillisiä elementtejä, jotka voivat olla esimerkiksi toistuvia (avain)sanoja, aihe-tunnisteita tai multimodaalisia elementtejä. Viimeisessä sarakkeessa kuvataan luokkia karkeasti puhujaja yleisöposition näkökulmasta.

Taulukko 1. Aineistosta tunnistetut teemaluokat

Teemaluokka/ Tviitin ensisijainen aihe	Luokan ydinviesti	Tyypillisiä elementtejä luokan tviiteissä	Puhuja- ja yleisöpositio
Aloittaminen	Säästämisen/sijoittamisen aloittaminen on tärkeää	<i>tärkeä, aloittaa, kannattaa</i> ; Linkit mediateksteihin tai pankkien verkkosivuille	Yleiskieli
Käytännöt ja palvelut	Palvelumme ja teknologiamme auttavat säästämään/sijoittamaan	Pankkien, palvelujen ja sovellusten nimet; hinnat ja tarjoukset; upotetut mainokset; linkit verkkosivuille; kuluttajan puhuttelu ja ohjaaminen toimintaan	Yritys puhuu kuluttajalle
Sijoitusstrategiat	Sijoittamiseen/säästämiseen liittyy suunnittelua ja valintoja	Osakkeiden vertailu, sijoitus- tuotteiden vertailu ja arviointi	Asiantuntija puhuu kuluttajalle Harrastajat puhuvat keskenään
Sijoittajayhteisö	Sijoittaminen/säästäminen on yhteisöllinen harrastus	Analyttikoiden ja muiden asiantuntijoiden nimet; näiden käyttäjätilien merkitseminen; linkit podcasteihin, blogikirjoituksiin ym.; joulukalenterit; termit ja lyhenteet	Asiantuntijat puhuvat harrastajille
Tulos- ja markkin uutiset	Sijoittamiseen/säästämiseen kuuluu yritysten, markkinoiden ja pörssin seuraaminen	Yritysten nimet; termit ja lyhenteet: <i>Q3, posari, negari ETF, IPO</i>	Harrastajat puhuvat keskenään
Vastuu ja vaikuttaminen	Sijoittamiseen/säästämiseen liittyy vastuuta ja valtaa	Erikoiskieli, termit ja lyhenteet: <i>ESG, SRI, TCFD</i>	Erikoiskieli

Aloittamisen tärkeys -teemaluokassa perustellaan, miksi sijoittaminen tai säästäminen kannattaa aloittaa. Se on yleinen #säästäminen-tviiteissä, joista lähes puolet voidaan sijoittaa tähän teemaluokkaan (ks. liite 1). Monet tämän luokan tviitit perustuvat tausta-oletukseen säästämisestä tai sijoittamisesta itsessään tärkeänä asiana, jonka arvoa ei tarvitse perustella, kuten esimerkissä 1.

- (1) "Sijoittamisen suurin moka on se, että sitä ei uskalla aloittaa." 😊 Ei tarvitse olla talousguru voidakseen sijoittaa, eikä aloittamisessa kannata vatuloida. Jos homma tuntuu monimutkaiselta, kysy meiltä vinkkejä! [linkki mediatekstiin] #säästäminen #sijoittaminen

Toisinaan tärkeyttä perustellaan esimerkiksi varautumisen, tulevaisuuden suunnittelun (esimerkki 2) tai vaurastumisen kautta. Säästäminen ja sijoittaminen esitetään myös talousosaamisen ja -kasvatuksen välineinä (esimerkki 3).

- (2) Tärkeää asiaa @KSii kala ja @finanssiala Taloudellinen varautuminen kannattaa aloittaa ajoissa, elämä voi yllättää jo nuorempinakin. #säästäminen ja #sijoittaminen tuovat puskuria omaan talouteen [linkki mediatekstiin]
- (3) Lapselle #säästäminen ja #sijoittaminen on arvokas lahja tulevaisuuden varalle, ja samalla se on tärkeä osa talouskasvatusta. Aloittaminen sujuu helposti verkkopankissa vaikkapa 10 eurolla kuussa. Tutustu rahastosäästämiseen tarkemmin kotisivuillemme! [linkki pankin verkkosivuille]

Tämän teemaluokan tviiteissä ei suoraan mainosteta tiettyä tuotetta tai palvelua. Niissä saatetaan kuitenkin ohjata pankin verkkosivuille tai kehottaa ottamaan yhteyttä, kuten esimerkissä 3.

Käytännöt ja palvelut -teemaluokan tviiteissä keskiössä on pankin tarjoama säästämisen tai sijoittamisen palvelu tai sovellus. Tviittien toistuvia elementtejä ovat pankin nimen sisällyttäminen tviittiin, linkit pankkien verkkosivuille, hinnat ja tarjoukset sekä tietyn tuotteen tai palvelun mainitseminen. Tarkastelujaksolla paljon huomiota sai kuluttajille avautuva uusi sijoittamisen muoto, osakesäästötili, jonka kuluttajat voivat avata pankkien kautta (esimerkki 4).

- (4) Vielä ehtii! Osakesäästötilit otetaan käyttöön 1.1.2020 alkaen, mutta voit avata sen jo nyt. Avaamalla osakesäästötilin vielä tämän vuoden puolella, osallistut 1000 euron pesämunan arvontaan 🎁 [linkki pankin sivulle] #sijoittaminen #säästäminen #pörssi [kuva]

Lisäksi tämän kategorian tviiteissä oli vahvasti näkyvissä digitaalisten teknologioiden merkitys, ja niissä markkinoitiin esimerkiksi erilaisia säästämisen mobiilisovelluksia (esimerkki 5). Näissä tviiteissä säästäminen yhdistettiin usein ostosten tekemiseen ja kuluttamiseen (ks. luku 4.2).

- (5) Poikiiko sinun Bonuksesi Säästäjässä? S-mobiili on Säästäjän koti. 📱 Lataa S-mobiili ja ota #Säästäjä käyttöön! ➔ [linkki pankin verkkosivulle] #Smobiili #Bonus #säästäminen #sijoittaminen [upotettu mainosvideo]

Suurin osa #säästäminen-aiheisista tviiteistä kuuluu joko aloittamisen tai käytäntöjen ja palvelujen teemaluokkaan (ks. liite 1). Säästäminen ja sijoittaminen kytketään näissä kategorioissa yhtäältä vastuulliseen taloudenpitoon (aloittamisen tärkeys) ja toisaalta arkisiin kulutuskäytäntöihin (palvelut). Molempien kategorioiden tviitit kutsuvat kuluttajia toimintaan esimerkiksi linkkien kautta. Niissä puhutellaan vastaanottajaa usein suoraan yksikön toisessa persoonassa ja esitetään kehotuksia ja kysymyksiä. Niissä pankit puhuvat institutionaalisessa asiantuntijan ja palveluntarjoajan roolissa kuluttajalle.

Pienehkön säästämis- ja sijoitusstrategiat-luokan tviiteissä fokuksessa ovat omaan taloudelliseen toimintaan liittyvät valinnat ja suunnittelu. Tviiteissä on pääasiassa kyse nimenomaan sijoittamista koskevista valinnoista: mihin osakkeisiin tai muihin kohteisiin kannattaa sijoittaa ja millaisia kriteerejä sijoituskohteiden valinnalle on. Kriteerit voivat liittyä tuotto-odotuksiin (esimerkki 6) tai riskitasoon (7) mutta myös esimerkiksi vastuullisuus voi näyttäytyä sijoituskohteen valintakriteerinä (7).

- (6) Sijoittajan joulukalenterista voi löytää uudelle #osakesäästötilille yllättäviäkin kohteita. Monopoliyhtiö 6,7%:in osinkotuotolla (luukku 17) vai Euroopan halvin sairaalayhtiö (luukku 14) 😊. #sijoittaminen [linkki pankin sivuille]
- (7) Nyt on erityisen vastuullinen varainhoitoratkaisu tarjolla. Vaihtoehtona on kolme eri riskitasoa ja sijoittamisen voi aloittaa 10€. Kuukausisäästämisellä varallisuus kasvaa parhaiten. #sijoittaminen #vastuullisuus [linkki pankin uutiseen]

Säästämis- ja sijoitusstrategioiden kategoriassa esiintyvät lähtökohtaisesti sekä puhujina että kohteena toimijat, jotka ovat jo (aktiivisia) sijoittajia. Puhujana on usein pankki tai pankin työntekijä asiantuntijaroolissa.

Aihetunnisteen #sijoittaminen sisältävistä tviiteistä jopa noin kolmasosa kuuluu sijoittajayhteisö-kategoriaan (ks. liite 1). Kategorian tviiteissä puhutaan sijoittajien kesken. Niissä on usein keskiössä sijoittamiseen liittyvä tapahtuma tai sijoittajayhteisön henkilö. Tviiteissä nostetaan esiin pankkien omia analyytikoita, salkunhoitajia ja muita asiantuntijoita mainitsemalla näitä nimeltä – toisinaan pelkällä etunimellä kuten esimerkissä 9 – ja merkitsemällä heidän käyttäjätilejään (esimerkki 8). Niissä myös mainostetaan sijoittamiseen liittyviä kirjoja, lehtiartikkeleita, podcasteja ja tapahtumia, kuten SijoitusInvest-messuja (esimerkki 8). Lisäksi kategoriaan kuuluu keräysajankohdan erityisyys, sijoitusaiheet "joulukalenterit" (esimerkki 9).

- (8) Sijotus Invest messut käynnissä! OP:lta @anttisaari1 kertoo parhaillaan mitä odottaa pörssivuodelta 2020. #SijoitusInvest @SijoitusInvest #sijoittaminen #markkinakatsaus [valokuva tilaisuudesta]
- (9) Luukku 1 ETF-joulukalenterin 1. luukku on nyt täällä! 😊 Mikko ja Joonas sukeltavat Megatrendien pariin ja ensimmäisessä jaksossa aiheena on Robotiikka. #sijoittaminen #ETF #joulukalenteri #Robotics

Sijoitusyhteisö-kategorian tviiteissä sijoittamisen ammattilaiset ja harrastajat puhuttelevat toisiaan vertaisina, sijoittamisesta kiinnostuneina ja sitä harjoittavina toimijoina. Yhteisön jäsenet jakavat kokemuksiaan, arvioitaan ja tietoa. Kategorian tviitit eroavat muista myös tyylillisesti. Harrastusyhteisön kielenkäyttö sisältää yhtäältä erikoissanastoa ja lyhenteitä (ETF esimerkissä 9) ja toisaalta epämuodollista, positiivisia tunteita viestivää ilmaisua, kuten runsasta emojiä käyttöä ja tilannekuvia, jotka eroavat erityisesti tuotteet ja palvelut -luokan viimeistellystä markkinointiviestinnän kuvastosta. Sijoittajayhteisö-luokan tviitit sisältävät tyypillisesti myös Twitterin mahdollistamia vuorovaihtuisia elementtejä kuten muiden käyttäjätilien merkitsemistä.

Tulos- ja markkinauutiset-kategorian tviiteissä käsitellään tietyn yrityksen taloudellista tulosta tai näkymiä tai markkinoiden ilmiöitä laajemmin. Yksittäisten yritysten tuloksia näkymiä kommentoivat tviitit ovat aineistossa suhteellisen harvinaisia. Yleisimmin tämän kategorian tviitit liittyvät aineiston keräämisen ajankohtaan osuneisiin kolmannen kvartaalin tulosjulkistuksiin, kuten esimerkissä 10.

- (10) Nyt ei kulje, #Nissan'illa nääs - kvartaali #tulos romahti 70% ja ennuste koko tilikaudelle putosi 11 vuoden pohjiin - vahva #jeni'kin puristaa, mutta tokkopa siinä kaikki? #sijoittaminen #rahastot #talous #liikenne #yrittäjät [linkki mediatekstiin]

Markkinauutisiin liittyvissä tviiteissä kerrotaan usein kansantalouden tapahtumista tai markkinoiden liikkeistä tavalla, joka nostaa nämä tapahtumat keskiöön ja jossa yhteyttä sijoittamiseen ilmaistaan ainoastaan aihetunnisteella. Tällöin jää lukijan tulkittavaksi, miten tapahtuma liittyy sijoittamiseen tai on sijoittajan näkökulmasta kiinnostava (esimerkki 11).

- (11) Työmarkkina Yhdysvalloissa edelleen hyvin vahva. Työttömyysaste hienoisessa nousussa, koska työvoima kasvoi vielä uusia työpaikkojakin nopeammin. Positiivinen syy siis. Ansiotkin kasvavat vakaasti. Kuluttaja kannattelee talousnäkyviä #osakkeet #sijoittaminen #macrobond [kuvaaja Yhdysvaltojen työllisyystilanteesta]

Toistuvia aiheita kategoriassa ovat korot, kauppapolitiikka ja yrityskaupat. Lisäksi tviiteissä pohditaan esimerkiksi pörssikaupan kokonaiskuvaa ja kehitystä. Tviiteille on ominaista runsas erikoissanaston ja lyhenteiden käyttö, ja ne voidaan tulkita sijoittajayhteisön sisäiseksi keskusteluksi.

Lopuksi voidaan erottaa pieni ryhmä tviittejä, joiden keskeisenä aiheena on sijoittamiseen liittyvä vastuu tai sijoittamalla vaikuttaminen (esimerkki 12).

- (12) Sijoittajana pankilla on kyky ja valta vaikuttaa yrityksiin. Kestävyys on olennainen osa kaikkea sijoitustoimintaamme. Lue lisää tavastamme tehdä kestävä sijoitustoimintaa oheisesta artikkelista. #sijoittaminen #vastuullisuus [linkki artikkeliin pankin verkkosivulla]

Toisinaan vastuullisuusmerkitykset avautuvat tässä kategoriassa vain sijoittamisen erikoiskieltä tunteville esimerkiksi termien kuten TFFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) tai ESG (Environmental, Social, Governance) kautta.

4.2 Säästämisen ja sijoittamisen suhde

Temaattisen analyysin yhteydessä nousi esiin säästämisen ja sijoittamisen läheinen merkityssuhde monissa tviiteissä. Sijoittamista käytetään paikoin säästämisen kanssa vaihdellen ja lähes synonyymisesti. Tässä aineistossa peräti 43 prosenttia #säästäminen-aihetunnisteen sisältävistä tviiteistä sisältääkin myös aihetunnisteen #sijoittaminen (liite 1). Lisäksi sijoittaminen kietoutuu jo käsitteellisestikin yhteen säästämisen kanssa esimerkiksi rahastosäästämisen (esimerkki 13) ja tutkimushetkellä ajankohtaisen osakesäästötilin (esimerkki 14) kautta.

- (13) Rahastosäästäminen taitaa olla helpoin ja varmin tapa vaurastua. UKK:n sanontaa mukailen "onko lottokansalla malttia vaurastua". #sijoittaminen #tahdoenemmän [linkki mediatekstiin]

- (14) Suomalaiset hyötyisivät monipuolisemmasta säästämisestä. Osakesäästötili on yksi vaihtoehto ja kannustaa pohtimaan omaa ja lapselle säästämistä. Mitä kannattaa ottaa huomioon? Hyvä juttu #osakesäästötili #säästäminen #hajauttaminen [linkki mediatekstiin]

Sijoittamisen lisäksi säästäminen kietoutuu pankkien viestinnässä läheisesti kuluttamiseen, usein erilaisten säästämistä automatisoivien sovellusten kautta (esimerkit 15 ja 16). Kuluttamisen ja säästämisen yhteys esitetään ongelmattomana siten, että kuluttaminen tukee tai jopa on säästämistä.

- (15) Miltä kuulostaisi säästää samalla kuin shoppaillet? 😊 Ottamalla ePossun käyttöön kerrytät säästöjä huomaamattasi. 🏠💰 #ePossu #säästäminen Lue lisää 📄 [linkki pankin sivuille ja kuvituskuva]

- (16) Kuulutko sinä niihin, jotka käyvät joulun alla kaupassa? Säästäjälle shoppailu on kuin laittaisi rahaa pankkiin. Lue lisää! → [linkki pankin sivuille] #Säästäjä #Smobiili #säästäminen [upotettu mainos]

Ylipäänsä säästämiseen ei Twitter-viestinnässä juurikaan hahmotu sijoittamisesta erillisiä, esimerkiksi kuluttamisen rajoittamiseen tai säästävään asenteeseen liittyviä merkityksiä, jotka ovat historiallisesti olleet osa säästämisen merkitysrepertuaaria pankkien kuluttajaviestinnässä ja joita myös ajankohtaiset eettisen kuluttamisen diskurssit hyödyntävät (Podkalicka & Potts 2018). Sovelluksia markkinoivat tviitit kuitenkin hyödyntävät säästöpossu-metaforaa esimerkiksi palveluiden nimien ja emojiien kautta. Näin ostamalla säästämiseen liittyy ajatus rahan panemisesta sivuun tai talteen.

Aihetunnisteen #sijoittaminen sisältävät tviitit ovat aineistossa huomattavasti #säästäminen-tviittejä yleisempiä, ja sijoittamiskeskustelu on myös selvästi säästämiskeskustelusta eriytynyttä. Vain 5 prosenttia #sijoittaminen-tviiteistä nimittäin sisältää myös #säästäminen-aihetunnisteen (liite 1). Toisinaan sijoittamisaiheissa tviiteissä tehdään eksplisiittisesti eroa sijoittamisen ja säästämisen välille esimerkiksi määrittämällä säästäminen epätuottoisaksi ja siten epärationaaliseksi (esimerkit 17 ja 18).

- (17) Noin puolet yli viisikymppisten suomalaisten rahoitusvarallisuudesta on tilillä arvoa ja kasvua menettämässä. Tuoreessa @Taloustaito blogissa aiheen kimpussa @SMiekkaja ja Seija Järvinen. #sijoittaminen [linkki taloustaito.fi-sivun blogiin] [kuva merkityistä henkilöistä]
- (18) Onko sinulla varaa pitää ylimääräisiä varoja 0-korkoisella tilillä? #päivänpohdinta #sijoittaminen #korkoakorolle #säästäminen"

Ylipäänsä sijoittamiskeskustelussa korostuu yhteisön merkitys, ja ammattilaiset asettuvat keskusteluun paitsi asiantuntijoina myös sijoittamisen harrastajina muiden harrastajien kanssa, kuten sijoittajayhteisö-teemaluokan analyysi yllä osoitti. Sijoittajayhteisön tviitteihin liittyy asiantuntijaeetosta mutta – toisin kuin säästämisen yhteydessä – myös yhteisen kiinnostuksen kohteen ympärille rakentuvan yhteisöllisyyden piirteitä, kuten henkilöitymistä ja henkilökohtaisuutta, yhteistä kulttuuria (blogit, kirjat) sekä viihteellisyttä ja tunteita (sijoitusaiheiset Twitter-joulukalenterit).

4.3 Taloudellisen toiminnan motiivit ja vastuullisuus

Säästämisen ja sijoittamisen motiivien ja tavoitteiden artikulointi jää koko aineiston tasolla vähäiseksi. Kokonaisuudessaan sekä säästäminen että sijoittaminen näyttäytyvät luonnollistuneina taloudellisen kansalaisuuden käytäntöinä, joita ei tarvitse perustella. Tviiteissä puretaan lähinnä näiden käytäntöjen aloittamisen (oletettuja) esteitä korostamalla säästämisen ja sijoittamisen vaivattomuutta ja niihin liittyvien palvelujen edullisuutta sekä tarjoamalla linkkien ja sovellusten kautta toiminnan mahdollisuuksia. Harvoissa julkilausutuissa perusteluissa korostuvat tuoton tavoittelu, varautuminen ja talouskasvatus. Aineiston tviiteissä ei esimerkiksi vedota säästäväisyyteen hyveenä tai tavoiteltuna asenteena (vrt. Hirsto 2018) eikä myöskään säästämisen suojele- tai säilyttämismerkityksiin kestävä kehityksen kehityksessä (vrt. Podkalicka & Potts 2016).

Sijoittamiseen liittyvissä tviiteissä oletetaan pääsääntöisesti vastaanottajan olevan jo aktiivinen sijoittaja. Tviiteissä käsiteltävien teemojen yhteys sijoittamiseen ja sijoittajien intresseihin jää usein tulkinnanvaraiseksi, mutta tviiteissä toistuvat aihepiirit indikoivat, että sijoittajia kiinnostaa aktiivinen salkunhoito ja tuottomahdollisuuksien etsiminen esimerkiksi uusista teknologioista ja uusilta markkinoilta. Ajankohtaisista teemoista pankit tarttuvat erityisesti uusiin sijoitusmuotoihin ja teknologioihin, ja sijoittamiseen liittyvät riskit ja mahdollisuudet näyttäytyvät luonteeltaan pragmaattisina ja teknisinä pi-

kemmin kuin eettisinä tai systeemisinä. Sijoittaminen näyttäytyy pankkien tviiteissä toimintana, jolla on kytköksiä esimerkiksi korkotasoon, kauppapolitiikkaan ja yritysten taloudelliseen tulokseen. Yhteys näyttäytyy kuitenkin yksisuuntaisena, eli talouden ilmiöitä tarkastellaan sijoittamiseen mahdollisesti vaikuttavina tekijöinä eikä toisin päin. Sijoittamisen (mahdolliset) ympäristö- tai yhteiskunnalliset vaikutukset tai vaikuttavuus-sijoittaminen eivät nouse merkittävällä tavalla esille. Esimerkki 19 havainnollistaa vaikutussuunnan esittämistä.

- (19) Ilmastonmuutos vaikuttaa laajasti yrityksiin. #TCFD tarjoaa salkunhoitajille hyvän lähestymistavan vaikutusten arvioimiseksi. @FIMVarainhoito salkunhoitajat saivat tänään syventävää tietoa aiheesta erinomaisen koulutuksen muodossa. (...) #sijoittaminen #ESG [valokuva analytikoista]

Vastuullisuus muodostaa aineistossa oman pienen teemaluokkansa, jonka tviiteissä vastuu tai sijoittamalla vaikuttaminen on ensisijainen teema. Sen lisäksi vastuullisuuden näkökulma on näkyvissä muissakin teemaluokissa: Käytäntöjen ja palveluiden teemaluokassa markkinoidaan vastuullisen sijoittamisen tuotteita. Sijoitusstrategioiden teemaluokassa vastuullisuus näyttäytyy sijoituskohteen valinnan kriteerinä ja markkinanäkymät-teemaluokassa sijoitusmarkkinoiden trendinä. Sijoittajayhteisö-teemaluokassa puolestaan tviitataan esimerkiksi vastuullisuusaiheisista tapahtumista.

Yleinen vastuullisuusnäkökulman merkittävä aineistossa on aihetunniste #ESG, joka voidaan tulkita minimaaliseksi vastuumerkityksen indeksiksi. Esimerkki 20 kuitenkin havainnollistaa, että ESG-raportointiin viittaamista voidaan hyödyntää myös tavalla, joka on vastuupyrkimyksille vastakkainen mutta näyttäytyy sijoitusstrategioiden näkökulmasta neutraalin kiinnostavana.

- (20) Kiinnostava strategia: Osa uusista rahastoista maailmalla pyrkii löytämään tuottoa shorttaamalla heikon ESG-reittauksen firmoja. "Some mutual funds are now shorting unsustainable companies" [linkki mediatekstiin] #sijoittaminen #short #esg"

Kokonaisuudessaan voidaan arvioida, että vastuullisuus on Twitterin säästämis- ja sijoittamiskeskustelussa melko usein näkyvillä esimerkiksi aihetunnisteiden kautta, mutta sen sisältö jää pääosin varsin abstraktiksi. Sijoitusdiskurssi on tältä osin – varsin odotuksenmukaisesti – melko perinteistä (vrt. Hirsto 2011), eivätkä pankit ota vastuullisuus- ja vaikuttavuuskysymyksissä ainakaan aktiivista ajatusjohtajan roolia.

5 Päätäntö

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millaisia merkityksiä pankit ja niiden työntekijät rakentavat säästämisen ja sijoittamiselle digitalisoituneessa taloudellisen toiminnan kontekstissa. Tarkastelin pankkien Twitter-viestejä diskurssina, jota erittelemällä ja uudelleen jäsentämällä on mahdollista saada esiin taloudellista toimintaa koskevia kulttuurisia oletuksia ja arvostuksia.

Analyysin perusteella vaikuttaa siltä, että pankkien diskurssissa sijoittaminen eri muodoissaan on pitkälti syrjäyttänyt pankkitilille säästämisen ensisijaisena taloudellisen suunnittelun ja varautumisen muotona. Merkitykset ovat osin sulautuneet, ja säästäminen tarkoittaa pankkien retoriikassa usein säästämistä/sijoittamista rahastoihin tai osakesäästötilille, joihin liittyy tuoton mahdollisuus. Samalla pankkien markkinoimat "ostamalla säästämisen" käytänteet ja näitä mahdollistavat sovellukset kantavat omalla tavallaan perinteistä rahan sivuun panemisen merkitystä ja jatkavat näin lipassäästämisen perinnettä – kuitenkin ilman eksplisiittistä kulutuksen rajoittamisen tai kieltäytyksen merkitystä. Koska sivuun panemisen teko on sovelluksissa kytketty varsin konkreetti-

sesti ja automatisoidusti rahan käyttämisen tekoon, sitä voidaan kenties tulkita eräänlaisena moraalisenä maksuna kuluttamisesta. Näin ollen säästämisen sovellukset nojaavat vielä jossain määrin säästäväisyyden ihanteeseen ja pitävät sitä yllä.

Säästämisen merkitysten typistymisen voi yhdistää yhtäältä kulttuuriseen ja toisaalta pankkialan muutokseen. Säästäminen näyttäytyy epäkiinnostavana ja arkisena aiheena, koska sillä ei enää ole tukenaan hyve-etiikan moralisoivaa ja kohottavaa kontekstia: säästäminen ei kerro enää luonteen lujuudesta eikä eteenpäin pyrkivästä asenteesta vaan pikemminkin varovaisuudesta ja riskin karttamisesta. Samalla on myös pankkien edun mukaista korostaa sijoittamista, koska siihen on kytkettävissä pankeille tuottoisia asiantuntijapalveluita. Sijoittamista koskeva keskustelu on Twitterissä vilkkaampaa, ja myös pankit ja niiden työntekijät osallistuvat siihen aktiivisesti. Aineistosta hahmottuu keskusteleva sijoittajayhteisö, joka merkityksellistää markkinoiden tapahtumia ja trendejä sekä yritysten tulosuutisia sijoitusstrategioiden näkökulmasta ja rakentaa yhteisöllisyyttä tapahtumien, mediatekstien ja rituaalien ympärille. Pankkien analyytikot ovat tviiteissä näkyvästi esillä eräänlaisina sijoittajayhteisön mikrojulkiksina.

Tutkimuksen rajoitteena voidaan mainita, että aineisto jäi #säästäminen-tviittien osalta melko pieneksi kahden kuukauden tarkastelujaksolla. Kuitenkin myös säästämisaiheesta aineistosta oli havaittavissa toistuvia elementtejä ja selviä eroja #sijoittaminen-aineistoon. Jatkotutkimuksessa olisi mahdollista keskittyä tarkemmin pankkien Twitter-viestinnän vuorovaikutteisuuteen ja sitouttavuuteen tarkastelemalla tviittien saamia kommentteja ja reaktioita. Lisäksi olisi kiinnostavaa selvittää, millaista sijoittamis- ja säästämiskeskustelua aiheutunnisteisiin keskittyvä tarkastelu jättää näkymättömiin. Erityisesti sijoittamiseen liittyviä tviittejä seuraamalla näyttäisi avautuvan kytkentöjä toisiin tviitteihin ja tviittiketjuihin, joissa keskustellaan sijoittamiseen liittyvistä aiheista käyttämättä tässä tarkasteltuja aiheutunnisteita. Toisaalta yleisluonteisiin #säästäminen- ja #sijoittaminen-aihetunnisteisiin keskittymiselle on kuitenkin perustelunsa, sillä niiden voi tulkita merkitsevän tviitit eksplisiittisesti osaksi yleisempää keskustelua. Niitä käyttämällä pankit toteuttavat ja ilmaisevat tietynlaista roolia näkyvinä toimijoina yhteiskunnassa.

Tutkimus täydentää kuvaa organisaatioiden sosiaalisen median viestinnästä keskittymällä laadullisen analyysin keinoin siihen, miten organisaatiot rakentavat julkisella areenalla merkityksiä toimialan ytimessä oleville ilmiöille. Aiemmassa tutkimuksessa on tarkasteltu pankkien sosiaalisen median viestintää esimerkiksi yleisten yritysvastuun teemojen ja viestinnällisten ulottuvuuksien kautta, jolloin pankkitoimialan sisällölliset erityispiirteet ovat jääneet vähälle huomiolle. Voidaan kuitenkin ajatella, että säästämisen ja sijoittamisen – samoin kuin esimerkiksi luoton ja velan – merkityksiä koskeva neuvottelu on pankeille erityisen tärkeää institutionaalista työtä, jolla on merkitystä myös niiden yhteiskunnallisen legitimitetin eli toiminnan oikeutuksen kannalta. Analyysi antaa viitteitä siitä, että organisaatiot voivat käyttää yleisluonteisia, toimialan keskeisiin käsitteisiin liittyviä aiheutunnisteita osoittamaan paikkaansa tietyn institutionaalisen kentän relevanttina toimijana, jolla on tällä kentällä puheoikeus ja määrittelyvaltaa. Yritysvastuun ja yrityskansalaisuuden näkökulmista voidaan samalla todeta, että organisaatioiden tulisi käyttää tätä valtaa vastuullisesti edistämällä keskustelua alan käytännöistä myös eettisistä, yhteiskunnallisista ja ympäristönäkökulmista käsin. Pankkien viestinnässä tämä tarkoittaisi esimerkiksi sijoittamisen – muunkin kuin vastuulliseksi tai vaikuttaviksi luokiteltujen sijoitustuotteiden – yhteiskunnallisten vaikutusten avaamista yleisölle osana arkista säästämistä ja sijoittamista koskevaa keskustelua. Tällainen keskustelu parantaisi kuluttaja-kansalaisten mahdollisuuksia hahmottaa talouden ja yhteiskunnan kytköksiä ja toteuttaa nykyistä paremmin reflektoivaa, eettistä kansalaisuutta myös taloudenhallintaan liittyvien valintojen kautta.

Lähteet

- Albu, O. B. & Etter, M. (2011). Hypertextuality and Social Media: A Study of the Constitutive and Paradoxical Implications of Organizational Twitter Use. *Management Communication Quarterly* 30(1), 5–31. <https://doi.org/10.1177/0893318915601161>
- Boateng, S. L. (2019). Online relationship marketing and customer loyalty: a signaling theory perspective. *International Journal of Bank Marketing* 37(1), 226–240.
- Daugaard, D. (2020). Emerging new themes in environmental, social and governance investing: a systematic literature review. *Accounting & Finance* 60, 1501–1530.
- de Goede, M. (2005). *Virtue, Fortune and Faith: A Genealogy of Finance*. University of Minnesota Press.
- Erturk, I. & Solari, S. (2007). Banks as continuous reinvention. *New political economy* 12(3), 369–388.
- Fairclough, N. (1997). *Miten media puhuu* (alkuteos Media Discourse 1995). Vastapaino.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse. Textual analysis for social research*. Routledge.
- Finsif (2020). *Vastuullisen sijoittamisen lähestymistavat*. Saatavilla: <https://www.finsif.fi/vastuullisen-sijoittamisen-lahestymistavat/> (Lainattu 17.5.2021).
- Gómez-Carrasco, P., Guillamon-Saorin, E. & Garcia Osma, B. (2021). Stakeholders versus firm communication in social media: the case of Twitter and corporate social responsibility information. *European Accounting Review* 30(1), 31–62.
- Gonsalves, C. A., McGannon, K. R. & Pegoraro, A. (2021). A critical discourse analysis of gendered cardiovascular disease meanings of the #MoreMoments campaign on Twitter. *Journal of Health Psychology* 26(10), 1471–1481.
- Grönholm, P. (2021). Sata asuntoa. *Helsingin Sanomat* 20.12.2021. Saatavilla rajoitetusti osoitteessa <https://www.hs.fi/hyvinvointi/art-2000008422263.html> (Lainattu 4.10.2022).
- Hirsto, H. (2009). Rahan seikkailut: sijoitusmarkkinoiden kulttuurisia jäsennyksiä. Teoksessa M. Ruckenstein & T. Kallinen (Toim.) *Rahan kulttuuri*. SKS. 72–83.
- Hirsto, H. (2011). Everyday discourses of the stock market: Searching for investor power and responsibility. *Consumption, Markets & Culture* 14(1), 57–77.
- Hirsto, H. (2018). The survival of saving. Esitelmä, 34th European Group for Organizational Studies (EGOS) Colloquium, Tallinna, Viro, Heinäkuu 2018.
- Hirsto, H., Katila, S. & Moisander, J. (2014). (Re)constructing economic citizenship in a welfare state – intersections of gender and class. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal* 33(2), 122–139.
- Hirvilampi, T. (2008). Kuluttavan elämän hylänneet kulutuskurit. Teoksessa M. K. Niemi (Toim.) *Kiitos ei! Kieltäytymisen kulttuurihistoriaa*. Ajatus Kirjat. 143–168.
- Isotalus, P., Jussila, J. & Matikainen, J. (2018). Twitter viestintänä ja sosiaalisen median ilmionä. Teoksessa Isotalus, P., Jussila, J. & Matikainen, J. (Toim.) *Twitter viestintänä. Ilmiöt ja verkostot*. Vastapaino. 9–30.
- Junkkari, M. (2022). Nyt puhuvat uudet sijoittajagurut. *Helsingin Sanomat* 9.1.2022. Saatavilla rajoitetusti: <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000008442979.html>. (Lainattu 4.10.2022).
- Koskela, M. & Sihvonen, T. (2018). #Hashtagin funktiot Twitterissä: Aihetunniste metadatana, erikoiskielenä ja luovuuden välineenä. Teoksessa P. Isotalus, J. Jussila & J. Matikainen (Toim.) *Twitter viestintänä. Ilmiöt ja verkostot*. Vastapaino. 31–50.
- Kreis, R. (2017). #refugeesnotwelcome: Anti-refugee discourse on Twitter. *Discourse & Communication* 11(5), 498–514.
- Kuisma, M. & Keskiarja, T. (2012). *Erehtymättömät: Tarina suuresta pankkisodasta ja liikepankeista Suomen kohtaloissa*. WSOY.
- Kuusterä, A. (1995). *Aate ja raha. Säästöpankit Suomalaisessa yhteiskunnassa 1822–1994*. Otava.
- Lehtonen, T. & Pantzar M. (2002). The ethos of thrift: the promotion of bank saving in Finland during the 1950s. *Journal of Material Culture* 7(2), 211–231.
- Mishra, A.S. (2021). Exploring COBRAs, its antecedents and consequences in the context of banking brands. *International Journal of Bank Marketing* 39(5), 900–921.

- Niemi, Mari K. (2008). Toisintekijöiden jäljillä. Teoksessa M. K. Niemi (Toim.). *Kiitos ei! Kieltäytymisen kulttuurihistoriaa*. Ajatus Kirjat. 7–18.
- Nätti, S. & Lähteenmäki, I. (2016). The evolution of market orientation in Finnish retail banking—from regulation to value creation. *Management & Organizational History* 11(1), 28–47.
- Onninen, O. (2021). Suomessa on joukko naisia, jotka tekevät rahaa puhumalla rahasta. *Image* 1/2021.
- Ozdora-Aksak, E. & Atakan-Duman, S. (2015). The online presence of Turkish banks: communicating the softer side of corporate identity. *Public Relations Review* 41(1), 119–128.
- Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. 2009. *Kurssi kohti diskurssia*. Vastapaino.
- Pérez, A., & del Bosque, I. R. (2014). Customer CSR expectations in the banking industry. *International Journal of Bank Marketing* 32(3), 223–244.
- Podkalicka, A. & Potts, J. (2014). Towards a general theory of thrift. *International Journal of Cultural Studies* 17(3), 227–241. <https://doi.org/10.1177/1367877913496198>
- Ruckenstein, M. (2011). Raha, arvon ulottuvuudet ja kulttuurintutkimuksen talous. Plenaariesitelmä Kulttuurintutkimuksen päivillä 16.12.2011. Saatavilla: http://www.academia.edu/3044013/Raha_arvon_ulottuvuudet_ja_kulttuurintutkimuksen_talous
- Schröder, P. (2021). Corporate social responsibility (CSR) communication via social media sites: Evidence from the German banking industry. *Corporate Communications: An International Journal* 26(3), 636–654.
- Schultz, C. (2021). Postcolonial Finance. *Theoria* 68(166), 60–86.
- Steenkamp, H. & Rensburg, R. S. (2019). CSR on display: using spectacles and storytelling as stakeholder engagement mechanisms. *Communitas* 24, 1–19.
- Vainikka, E. & Huhtamäki, J. (2015). Tviittien politiikkaa – poliittisen viestinnän sisäpiirit Twitte-rissä. *Media & viestintä* 38(3), 165–183.
- Virolainen, M. & Luoma-aho, V. (2018). Kaapattu hashtag? Organisaatiot ja brändit sosiaalisessa mediassa. Teoksessa P. Isotalus, J. Jussila & J. Matikainen (Toim.). *Twitter viestintänä. Ilmiöt ja verkostot*. Vastapaino. 152–173.
- Zelizer, V. (1994). *The Social Meaning of Money: Pin Money, Paychecks, Poor Relief, and Other Currencies*. Basic Books.

Liite 1. Aineiston luokittelun yksityiskohdat: aihetunnisteen #säästäminen ja #sijoittaminen sisältävät tviitit ajalta 1.11.–31.12.2019 (n = 668)

	Lkm	Näistä molemmat aihetunnisteet sisältäviä	Jakautuminen teemaluokkiin (lkm ja %)																		
Aihetunnisteen #säästäminen sisältävät tviitit	82	35 (43 %)	<table> <tr> <td>Aloittaminen</td> <td>33</td> <td>(40 %)</td> </tr> <tr> <td>Käytännöt ja palvelut</td> <td>28</td> <td>(34 %)</td> </tr> <tr> <td>Strategiat</td> <td>2</td> <td>(2 %)</td> </tr> <tr> <td>Yhteisö</td> <td>9</td> <td>(11 %)</td> </tr> <tr> <td>Tulos- ja markkinauutiset</td> <td>7</td> <td>(9 %)</td> </tr> <tr> <td>Vastuu</td> <td>3</td> <td>(4 %)</td> </tr> </table>	Aloittaminen	33	(40 %)	Käytännöt ja palvelut	28	(34 %)	Strategiat	2	(2 %)	Yhteisö	9	(11 %)	Tulos- ja markkinauutiset	7	(9 %)	Vastuu	3	(4 %)
Aloittaminen	33	(40 %)																			
Käytännöt ja palvelut	28	(34 %)																			
Strategiat	2	(2 %)																			
Yhteisö	9	(11 %)																			
Tulos- ja markkinauutiset	7	(9 %)																			
Vastuu	3	(4 %)																			
Aihetunnisteen #sijoittaminen sisältävät tviitit	621	35 (5 %)	<table> <tr> <td>Aloittaminen</td> <td>33</td> <td>(5 %)</td> </tr> <tr> <td>Käytännöt ja palvelut</td> <td>63</td> <td>(9 %)</td> </tr> <tr> <td>Strategiat</td> <td>72</td> <td>(11 %)</td> </tr> <tr> <td>Yhteisö</td> <td>214</td> <td>(31 %)</td> </tr> <tr> <td>Tulos- ja markkinauutiset</td> <td>283</td> <td>(42 %)</td> </tr> <tr> <td>Vastuu</td> <td>16</td> <td>(2 %)</td> </tr> </table>	Aloittaminen	33	(5 %)	Käytännöt ja palvelut	63	(9 %)	Strategiat	72	(11 %)	Yhteisö	214	(31 %)	Tulos- ja markkinauutiset	283	(42 %)	Vastuu	16	(2 %)
Aloittaminen	33	(5 %)																			
Käytännöt ja palvelut	63	(9 %)																			
Strategiat	72	(11 %)																			
Yhteisö	214	(31 %)																			
Tulos- ja markkinauutiset	283	(42 %)																			
Vastuu	16	(2 %)																			