

## Communicational Relations

---

**To cite this article:** Lillqvist, E. & Porttikivi, M. (2025). "Sijoittajan päässä taistelevat ahneus ja pelko": Diskurssianalyttinen lähestymistapa tunnekielen merkitysten tulkintaan. *VAKKI Publications* 17, 108–128. <https://doi.org/10.70484/vakki.161647>

### "Sijoittajan päässä taistelevat ahneus ja pelko": Diskurssianalyttinen lähestymistapa tunnekielen merkitysten tulkintaan

Ella Lillqvist<sup>a,b</sup> & Merja Porttikivi<sup>c</sup>

<sup>a</sup> Viestintätieteet, Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö, Vaasan yliopisto

<sup>b</sup> Kulttuurintutkimus, Humanistinen osasto, Itä-Suomen yliopisto

<sup>c</sup> Yhteiskuntatieteet, LENS (School of Engineering Science), LUT-yliopisto

This study introduces a methodological approach for analysing emotion language, combining corpus-assisted discourse analysis, using semantic annotation, with qualitative analysis of discursive meanings. For the purposes of qualitative analysis, we construct a theoretical-methodological framework for examining the semantic dimensions of emotion language. This framework distinguishes between core, extended, and evaluative meanings. Semantic annotation helps to locate emotional language in large datasets, enables quantitative insights, and enhances the coverage and systematicity of discourse analysis. The framework developed for qualitative analysis helps to identify and distinguish between different types of meanings that emotion vocabulary can bring to discourse. The two parts of the approach could also be used independently. We therefore find this a fruitful approach for examining how emotions are constructed and used discursively. We illustrate the methodological approach by analysing emotion language in a corpus of Finnish news media texts that mention investing and investors (2015–2023; 3 million words). In doing so, this study also contributes to understanding how emotion language in news media texts about investors functions within the broader development of financialisation and the construction of neoliberal investor subjects.

**Avainsanat:** diskurssianalyysi, korpusavusteinen diskurssintutkimus, sijoittajat, talousuutiset, tunnekieli

## 1 Johdanto

Viime vuosina ja vuosikymmeninä eri tutkimusaloilla, mukaan lukien median ja viestinnän tutkimuksessa, on puhuttu affektiivisesta tai emotionaalisesta käänteestä (esim. Clough & Halley 2007; Döveling, Harju & Sommer 2018; Kivimäki ym. 2010; Wahl-Jorgensen 2019; Wetherell 2015). Tunteet ilmenevät viestinnässä usein kielenkäytön kautta. *Tunnekieli* – eli tunteisiin viittaavat kielelliset ilmaisut<sup>1</sup> – onkin diskurssin, median ja viestinnän tutkimuksen kannalta tärkeä näkökulma. Tunnekielillä tehdään asioita, muun muassa luodaan ja ylläpidetään suhteita, yhteyksiä ja merkityksiä. Tunteet voivat yhdistää tai erottaa ihmisiä, ja ne muodostavat affektiivisia siteitä myös ihmisten ja asioiden välille: emootioita määrittää tietynlainen suhde kokijan ja tunteen kohteen välillä (Nussbaum 2001). Tunnekielen avulla rakennetaan paitsi yksilöiden välisiä myös yhteiskunnallisia suhteita ja kollektiivisia merkityksiä, sekä vedotaan yhteisesti jaettuihin arvoihin ja normeihin (esim. Armon-Jones 1986). Täten tunnekieli osallistuu ryhmien välisten rajojen piirtämiseen sekä ”meidän” ja ”muiden” diskursiiviseen erotteluun (esim. Ahmed 2004; Wetherell 2012).

Tässä artikkelissa lähestymme tunnekieltä diskurssintutkimuksen näkökulmasta. Diskurssintutkimus on diskurssianalyysia hyödyntävä monitieteinen tutkimusala ja lähestymistapa, jossa ollaan kiinnostuneita siitä, miten kieli ja sen käyttö ovat yhteydessä muihin yhteiskunnallisiin ja sosiaalisiin rakenteisiin niitä ylläpitäen ja muokaten (Pälli & Lillqvist 2020). Diskurssianalyysi jakaantuu karkeasti kahteen päätyyppiin: toisaalta kielentutkimuksesta ammentavaan ja yksityiskohtaisesti tekstejä tarkastelemaan tyyppiin ja toisaalta yhteiskuntatieteelliseen, usein löyhemmin teksteihin pohjautuvaan tyyppiin (Fairclough 2003; Pälli & Lillqvist 2020). Meidän lähestymistapamme kiinnittyy kielentutkimuksen menetelmälliseen perinteeseen, vaikka toimimmekin viestinnän ja talouden yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen piirissä.

Tämän artikkelin tarkoituksena on kehittää tunnekielen tarkasteluun soveltuva diskurssianalyttinen menetelmäkokonaisuus, jossa yhdistyvät korpusavusteinen analyysi (ks. esim. Baker 2023; Partington, Duguid & Taylor 2013) semanttisesti annotoidusta tekstikorpuksista ja tekstikontekstien laadullinen diskurssianalyysi aiemman tutkimuksen pohjalta luomamme teoreettis-metodologisen analyysikehikon avulla. Havainnollistamme menetelmäkokonaisuutta tarkastelemalla tunnekieltä noin 3 miljoonan sanan korpuksessa, joka koostuu sijoittamiseen ja sijoittajiin liittyvistä suomalaisista uutis-

---

<sup>1</sup> Tunnediskurssilla saatetaan tarkoittaa myös laajempaa ilmiötä, jossa kielenkäyttö potentiaalisesti herättää tunteita vastaanottajassa. Tätä on myös ns. pathos-retoriikka. Rajaamme tämän artikkelin kuitenkin käsittelemään vain eksplisiittisesti tunteita *käsittelevää* kielenkäyttöä.

dian teksteistä. Talousjournalistiset tekstit ovat diskurssintutkimuksen kannalta kiinnostavia, sillä niillä rakennetaan yhteisiä käsityksiä ja normeja taloudesta, talouspolitiikasta, sijoittajista ja siten myös hyvästä yhteiskunnasta ja hyvistä kansalaisista (ks. myös Harjunemi 2020; Hirsto 2011). Finanssikapitalismin diskursseissa sijoittaminen esitetään yleensä yksilön voimaantumisen ja itsen hallinnan välineenä, niissä hyödynnetään tunteita ja vedotaan tuleviin voittoihin, itsensä toteuttamiseen ja vaurastumiseen (Allon 2016; Aitken 2007; Maman & Rosenhek 2023; Pettersson & Wettergren 2021).

Artikkelin pääasiallinen kontribuutio on siis menetelmällinen: kehittää lähestymistapa tunnekielen diskurssianalyttiseen tarkasteluun. Samalla lisäämme kuitenkin myös ymmärrystä tunnekielen toiminnasta sijoittamista koskevan uutismedian diskurssin kontekstissa, osana laajenevaa finanssoitumiskehitystä ja uusliberaalien sijoittajasubjektien rakentamista.

Seuraavassa luvussa kerromme hieman tunnekielestä kulttuurisena ja viestinnällisenä ilmiönä ja luvussa 3 taustoitamme tunteiden tutkimusta ja roolia talouden ja sijoittamisen kontekstissa. Luvussa 4 esittelemme tunnekielen merkitysulottuvuuksien teoreettisen menetelmällisen kehyksen, jota myöhemmin hyödynnämme aineiston laadullisessa analyysissä. Luku 5 käsittelee korpusavusteista diskurssianalyysia ja aineistoamme. Tämän jälkeen esittelemme menetelmää havainnollistavaa analyysia ja lopuksi arvioimme menetelmäkokonaisuuden toimivuutta ja sovellettavuutta sekä pohdimme analyysin tuloksia.

## **2 Tunnekieli kulttuurisena ja viestinnällisenä ilmiönä**

Tunteista on tutkimuksessa usein käytetty käsitteitä *emootio* ja *affekti*. Usein ajatellaan, että *emootio* on sosiaalinen ja diskursiivinen ja *affekti* on kehollinen, abstrakti ja jopa mystinen intensiteetti, jolla ei ole varsinaista subjektia. Toiset ovat olleet sitä mieltä, että diskurssi kesyttää affektin emootioksi, ja affekti on nimenomaan kiinnostava sen takia, että se *ei* ole diskursiivista vaan jotain välittömämpää, vaistonvaraisempaa tai jotenkin ”aidompaa” kokemusta (Clough & Halley 2007; Massumi 2002). Kuten esimerkiksi Kivimäki ym. (2010) ovat todenneet, jako emootioihin ja affekteihin voi kuitenkin ”vaikuttaa teennäiseltä, mikäli tunteita tarkastellaan sosiaalisesti muotoutuneina, historiallisina sekä kulttuurisesti opittuina”: ihminenhän on sosiaalinen eläin ja kokemusmaailmassamme kaikki suodattuu kielen ja kulttuurin läpi. Tunteiden kulttuurisidonnaisuus on osoitettu vakuuttavasti muun muassa tutkimuksissa, jotka koskevat eri kielten ja ajanjaksojen välisiä eroja (Wierzbicka 1986; 2010).

Margaret Wetherell (2012) on puhunut ”affektiivisistä käytännöistä”, jotka syntyvät ja siirtyvät vuorovaikutuksellisissa ja kehollisissa prosesseissa. Näissä keholliset mahdollisuudet ja rutiinit limittyvät kiinteästi yhteen merkityksenannon kanssa (Wetherell 2012). Käsite viittaa myös siihen mitä tunteet ”tekevät” yhteiskunnassa ja ihmisten elämässä, miten ne syntyvät diskurssissa, legitimoivat tekoja, toimijoita ja käytäntöjä sekä luovat yhteenkuuluvuutta ja eroja. Koska emootiot ja affektit siis kuitenkin limittyvät toisiinsa, mielestämme suomeksi voi hyvin puhua vain yleisemmällä tasolla ”tunteista”.

Humanistis-yhteiskuntatieteellisestä näkökulmasta ollaankin varmasti laajasti yhtä mieltä siitä, että tunteet itsessään ovat tavalla tai toisella sosiaalisesti konstruoituneita ja lisäksi niiden kautta rakentuu myös muita sosiaalisia ja kulttuurisia todellisuuksia. Tämän vuoksi tässä artikkelissa hahmottelemamme menetelmä keskittyy siis tunnekielen analyysiin osana diskurssia, ei itse tunteiden analysointiin.

### **3 Tunteet kapitalismissa ja sijoittamisessa**

Tunteita on käsitelty talouden tutkimuksessa, joskin harvoin suoraan diskurssin näkökulmasta. Silti tämä aiempi tutkimus kertoo osaltaan siitä, miten tunteiden ja talouden suhdetta on kulttuurisessa kontekstissamme käsitelty. Perinteisessä taloustieteessä tunteiden merkitys taloudellisessa toiminnassa on usein joko ohitettu kokonaan tai ne on ”rationaalisuutta” ihannoiden nähty vinoutumina tai poikkeuksina (Bandelj 2009). Myöhemmin tunteiden hallintaa on alettu pitää tärkeänä menestyksen kannalta. 2000-luvulle tultaessa tunteiden todettiin vaikuttavan myös osana ”rationaalista” päätöksentekoa ohjaamalla tavoitteiden ja keinojen valintaa. Kaikki nämä ajattelutavat keskittyvät yksilöiden hallittaviin preferensseihin ja käyttäytymiseen, eivätkä ota huomioon sosiaalista vuorovaikutusta. (Bandelj 2009; Taffler 2017.)

Taloustieteessäkin on tunnustettu rajoitetun rationaalisuuden näkökulma, jolla tarkoitetaan sitä, että kuluttajat tekevät päätöksiä uskomustensa, aikomustensa ja myös tunteidensa pohjalta. Joskus tunteet ohjaavat sivuraiteelle, mutta ne myös vähentävät epävarmuutta ja helpottavat päätöksiä. (Dibb ym. 2021.) Taloudellisessa vuorovaikutuksessa esimerkiksi luottamus ja epäluottamus kietoutuvat rationaaliseen ajatteluun, sillä yksilöt tekevät arvioita toisesta osapuolesta sosiaalisten ominaisuuksien, kuten aseman ja maineen, perusteella. Tunteet eivät ole täysin ennustettavissa tai hallittavissa, ja siksi ne voivat vaikuttaa päätöksentekoon arvaamattomalla tavalla. (Bandelj 2009; Berezin 2009; Taffler 2017.)

Käyttäytymistaloustieteen tutkimustiedon syventyessä sijoitusmaailmassa on alettu hyödyntää esim. sentimenttianalyysia<sup>2</sup> eli yleisen markkinatunnelman ja sijoittajien tunteiden kartoitusta, riskien ja epävarmuuksien tunnistamista ja hallintaa (Baker & Wurgler 2007; Berezin 2009). Sentimenttianalyysissa ajatellaan, että on olemassa kahdenlaisia sijoittajia, tunnepohjaisia ja rationaalisia, ja kahdenlaisia sijoituksia, spekulatiivisia ”tunneosakkeita” ja joukkovelkakirjojen kaltaisia vakaampia sijoituksia. Vaikka sijoittajien tunteen mittaaminen on vaikeaa, näkökulmaa pidetään tärkeänä (Baker & Wurgler 2007).

Taloussosiologisen ymmärryksen mukaan kiinnostus tunteisiin taloustieteessä liittyy kapitalismin siirtymiseen fordismista ja keynesiläisyydestä postfordismiin, ja finanssoitumiskehitykseen<sup>3</sup>, jolloin tunteista on tullut pääoman hallinnan ja kasautumisen välineitä. Tämä suuntaus näkyy rahoitusneuvonnan ja -konsultoinnin nousussa, joka on sulautunut yhteen itseapu- ja yrittäjyysdiskurssien kanssa. Uusliberalistinen finanssikapitalismi ei siis ole vain järjestelmä, jolla hallinnoidaan pääoman kasautumista, vaan myös monimutkainen joukko emotionaalisia ja affektiivisiä rakenteita. (Bandelj 2009; Allon 2016.) Finanssoituneessa kapitalismissa yksilöitä kannustetaan omaksumaan ”spekulatiiviseksi habitus”, olemisen tapa, jota määrittää muun muassa tavoite lukea väkijoukon tunteita, jotta voi olla askeleen edellä muita (Allon 2016).

#### **4 Tunnekielen merkitysulottuvuudet**

Tässä luvussa rakennamme tunteiden merkitysulottuvuuksia valottavaa kirjallisuutta hyödyntäen teoreettis-metodologisen kehikon, jota myöhemmin hyödynnämme aineistomme laadullisessa analyysissä. Kehikko sisältää seuraavat merkitystasot: a) ydinmerkitykset, b) laajennetut merkitykset ja c) arvottavat merkitykset. Kategorioiden välinen rajanveto ei usein ole yksiselitteistä, mutta jaottelu auttaa silti hahmottamaan mahdollisia analyysin tasoja. Näiden ulottuvuuksien lisäksi on syytä ottaa huomioon myös tunnekielen tilannekohtainen hyödyntäminen ja merkitysneuvottelu. Esimerkiksi Bamberg (1997) on todennut, että narratiivin kontekstissa viittauksia tunteisiin käytetään kehystämään ja kommentoimaan tapahtumia ja niiden merkitys nousee siis juuri kyseisestä

---

<sup>2</sup> Tätä ei tule sekoittaa esimerkiksi suurten sosiaalisen median aineistojen tarkasteluun käytettyyn sentimenttianalyysiin, menetelmään, jossa tunnesisältöjä tarkastellaan määrällisesti, akselilla positiivinen-negatiivinen (ks. esim. Nelimarkka & Sund 2017).

<sup>3</sup> Fordismilla tarkoitetaan massatuotantoon perustuvaa tuotanto- ja yhteiskuntamallia, jossa valtio, suuret yritykset ja ammattiliitot toimivat yhdessä kulutuskeskeisen hyvinvointivaltion rakentamiseksi. Postfordismi on tuotanto- ja yhteiskuntamalli, joka syntyi fordismin kriisin jälkeen ja jossa korostuvat globalisaatio, yritysvalta ja taloudellinen eriarvoisuus (Prechel 2017). Finanssoituminen tarkoittaa ilmiötä, jossa sijoitusajattelu leviää arkeen ja taloudelliset riskit siirtyvät yhä enemmän yksilöiden kannettavaksi (Pellandini-Simanyi 2020).

kontekstista. Edwards (1999) puolestaan on tarkastellut, kuinka tunteisiin liittyviä erilaisia, ristiriitaisiakin merkityspotentiaaleja otetaan käyttöön puheessa ja kehystetään tapahtumia puhujan valitsemalla tavalla. Tunteista saatetaan siis esimerkiksi puhua joko ihmisen pysyvinä ominaisuuksina tai ohimenevinä reaktioina ulkoisiin tapahtumiin. Reaktiot puolestaan voidaan esittää esimerkiksi ymmärrettävinä tai kohtuuttomina (Edwards 1999). Tunnepuhe on siis aktiivista merkityksenantoa, ei vain tunteille itsessään vaan niiden kautta ilmiöille ja tapahtumille laajemmin.

#### 4.1 Ydinmerkitykset

Merkitysten tutkimuksen eli semantiikan peruskäsitteitä ovat *denotaatio*, eli ydinmerkitys tai ”sanakirjamerkitys”, ja *konnotaatio* eli denotaatioon yhdistyvä laajennettu, subjektiivisempi ja häilyvämpi merkityksen ulottuvuus (esim. Lyons 1977; Karlsson 1998: 211, 235). Olennaista on siis ensin tunnistaa tunnesanojen ydinmerkitys. Erottelua voi tunnekielen kontekstissa selittää esimerkiksi Nussbaumin (2001) emotioteorian avulla, sillä se korostaa emotioiden jaettua kognitiivista sisältöä, eli meidän käsitteillämme ilmaistuna ydinmerkitystä. Usein nämä ydinmerkitykset sisältävät ainakin ajatuksen siitä, onko tunne positiivinen vai negatiivinen, mutta se voi sisältää ajatuksia myös esimerkiksi tunteen syistä ja seurauksista. Nussbaum (2001) näkee esimerkiksi, että vihaisuuden kognitiivinen sisältö kattaa seuraavanlaisia ajatuksia: On aiheutunut vahinkoa minulle tai jollekulle/jollekin, josta välitän. Vahinko on merkittävä. Vahingon aiheutti jokin toimija. Teko oli tahallinen. Olisi oikein, että tekijä joutuu vastuuseen. Nussbaum (2001) tuntuu vakuuttuneelta siitä, että eri tunteet on mahdollista erottaa toisistaan melko luotettavasti juuri tämän jaetun ydinmerkityksen perusteella. Myös tunnesanojen semantiikkaa pitkään tutkinut Wierzbicka (1986, 1992) on sitä mieltä, että nämä merkitykset on mahdollista määritellä tarkasti, vaikka se onkin vaikeaa.

#### 4.2 Laajennetut merkitykset

Tunnekieleen liittyy myös merkityksen osa-alueita, jotka antavat puhujalle mahdollisuuden viestiä jotain muuta kuin ensisijaisena pidetyn ajatuksen koetusta tunteesta. Nämä voivat olla sellaisia merkityksiä, jotka voi päätellä denotatiivisen merkityksen pohjalta; puhujan tavasta viitata tunteisiin onkin tapana tehdä oletuksia muun muassa tapahtumista ja niiden syistä (Bamberg 1997). Tunnesanoihin liitettyjä laajempia merkityksiä voivat olla myös esimerkiksi tunteisiin usein liittyvät fyysiset tuntemukset – näitä Nussbaum (2001) pitää emotion ydinmerkityksen kannalta epärelevantteina, koska tuntemukset vaihtelevat henkilöstä toiseen. Silti niillä on kulttuurista tunnistettavuutta ja ne näkyvät esimerkiksi tunteisiin viittaavissa metaforissa: vihaisuutta saatetaan sanoa ”kiehumiseksi” tai ”räjähtämiseksi” (englanniksi ks. Edwards 1999; Lakoff 1987; Lakoff 2016).

Metaforisuus kuuluu mielestämme yleisemminkin laajennettujen merkitysten piiriin ja sitä on tunnekielessä karkeasti jaoteltuna kahdenlaista. On ilmaisuja, joissa viitataan tunteisiin hyödyntämällä muuta sanastoa metaforisesti, kuten edellä mainitun kiehumisen tapauksessa. Lisäksi on myös metaforisuutta, jossa varsinaisten tunnesanojen merkitystä laajennetaan kuvaamaan muita ilmiöitä. Jälkimmäistä tunnekielen metaforisuutta edustaa nähdäksemme esimerkiksi LinkedInissä viljelty epäaidon tuntuinen työtä koskeva intoilu: tunnesanat kuten *intoshimo* tai *innostus* voivat tässä yhteydessä laajentua merkitsemään motivaatiota tai yleisesti hyvää työntekijyyttä. Tämän voi ajatella ilmentävän ”bullshit-puhetta”, teennäistä ja sisällötöntä puhetta, jossa käytetään kulu-neita metaforia ja fraaseja vaikutuksen, ei merkityksen, vuoksi (Frankfurt 2005; Spicer 2017; Fredal 2011). Laajennettua merkitystä voivat edustaa myös tunnesanojen johdokset, joissa kantasanan denotatiivinen merkitys voi etääntyä tai lieventyä (esim. *tuska* -> *tuskailla*) mutta säilyy kuitenkin mahdollisten tulkintojen joukossa. Laajennetuista merkityksistä voi siis syntyä monitulkintaisuutta: onko tunnesanasto tietyssä tilanteessa ”värikästä” kielenkäyttöä, bullshit-puhetta, vai onko se tarkoitus ottaa kirjaimellisesti?

### **4.3 Arvottavat merkitykset**

Nussbaum (2001) tuo esiin, että keskeisiä emotionin osa-alueita ovat käsitykset siitä, mikä on tärkeää ja arvokasta. Näin ollen on loogista, että yksilön elämänhistorian ohella myös sosiaaliset normit vaikuttavat merkittävällä tavalla tunteisiin (Nussbaum 2001: 142). Lisäksi tunteet itsessään ovat osa mekanismeja, joilla ylläpidetään yhteisön moraalisaantöjä (Armon-Jones 1986). Tunteen arvottavilla merkityksillä tarkoitamme siis kaikkia semanttisia vivahteita, jotka liittyvät sosiokulttuuriseen käsitykseen oikeasta, väärästä, sopivasta ja epäsovivasta. Tunnepuheella osoitetaan tunnenormien noudattamista ja tehdään tunneyötä (Hochschild 2003 [1983]), viitataan yhteisiin arvoihin (Hart 2014; Martin & White 2005), sovittaudutaan ryhmän jäseneksi (Wetherell ym. 2015: 58) ja määritellään yksilön ja yhteisön rajoja (Ahmed 2004). Tunteen ilmaisu myös vahvistaa moraalisaantöjä, koska se viestii säännön merkittävyyttä ja puhujan vilpitöntä sitoutumista siihen (Armon-Jones 1986: 81), eli Nussbaumin (2001) mainitsemia henkilökohtaisuutta ja tärkeyttä. On siis selvää, että tunteiden tutkimuksessa on aina huomioitava kulttuuriseen kontekstiin liittyvä oikeuksien ja velvollisuuksien, vastuiden ja arvioinnin tapojen järjestelmä (Harré 1986: 8).

Erityisen vahvasti moraalisiin liittyvät esimerkiksi häpeä ja vihaisuus. Wetherell (2012) mainitsee esimerkkinä epäoikeudenmukaisuuden kokemukseen liittyvän vihaisuuden (”righteous indignation”), jossa vihaisuuden syy on moraalisaantöjen rikkominen ja se siis on jaetun ymmärryksen piirissä (Wetherell 2012). Näin ollen ajatus vääryydestä, uhrista ja syyllisestä olisi osa tuon tunteen kulttuurisesti jaettua arvottavaa merkitystä. Toisaalta olihan jo ydinmerkityksen yhteydessä mainitussa Nussbaumin (2001) vihaisuuden

(*anger*) määritelmässä moraalinen osa: ”olisi oikein, että tekijä joutuu vastuuseen”. Arvottava merkitys voi siis hyvinkin joskus olla kiinteä osa tunteen keskeisintä merkitystä – joskus myös puhutaan ”moraalisista tunteista” erillisenä kategoriana (Haidt 2003; Wright, Zammuto & Liesch 2017). Näin ollen esimerkiksi vihan (*hatred*) ilmaiseminen jotakuta kohtaan voi myös välittää ajatuksen, että henkilö on jollain lailla paha ja että puhuja langettaa hänellä moraalisen tuomion (Armon-Jones 1986).

## 5 Tunnekielen korpusavusteinen diskurssianalyysi ja käytetty korpus

Tässä artikkelissa esitetty menetelmäkokonaisuus hyödyntää korpusavusteisen diskurssintutkimuksen (*corpus-assisted discourse studies, CADS*) lähestymistapaa eli yhdistää määrällisiä menetelmiä laadulliseen diskurssianalyysiin (ks. esim. Baker 2023; Partington ym. 2013; Lillqvist 2019). CADSin avulla diskurssintutkimuksessa voidaan käsitellä suuriakin aineistoja, mikä vahvistaa tutkimuksen empiiristä pohjaa ja mahdollistaa joskus yllättävienkin toistuvuuksien paikantamisen. CADSin työkalut mahdollistavat mm. sana- ja lauseyksiköiden analysoinnin korpuksessa tai korpusten välillä. (Baker 2023; Partington ym. 2013.) Tässä artikkelissa hyödynnetty semanttinen annotointi ei kuulu korpusavusteisen diskurssianalyysin yleisimpiin työkaluihin. Se sisältyy kuitenkin esimerkiksi Bednarekin ja Caplen (2014) ehdottamiin analyysivaiheisiin. Hyödynnämme semanttista annotointia tässä melko yksinkertaisella tavalla: tarkastelemme suhteellisten frekvenssien kautta eroja eri vuosien välillä sekä koko aineistossa verrattuna pian sijoittaja-sanan jälkeen esittyntyviin tunnesanoihin. Tilastollista menetelmää kaipaavat voivat tutustua lisäksi Raysonin (2008) semanttisten kenttien avaimuusanalyysiin.

Tämän artikkelin aineistona on uutismedian erityyppisiä artikkeleita (esim. uutisia, henkilöjuttuja) vuosilta 2015–2023. Aineisto on hankittu julkista tekstiaineistoa aggregoivan Legentic-yrityksen<sup>4</sup> laajasta suomalaisten verkkouutistekstien kokoelmasta hakusanalla *sijoittaminen*.<sup>5</sup> Tämän jälkeen rajasimme vielä aineistoa ottamalla mukaan vain tekstit, jotka sisältävät myös merkkijonon ”sijoittaj”, käytännössä siis *sijoittaja*-sanan eri muodoissa. Näin aineistosta saatiin rajattua pois useimmat tekstit, jotka käsitelivät sijoittamista muissa merkityksissä rahallisten investointien sijaan. Aineistoa on 95 eri sivustolta, suurimpina kauppa.fi, talouselama.fi, hs.fi, yle.fi, is.fi ja iltalehti.fi. Mukana on myös pelkästään verkossa toimivia julkaisuja (esim. uusisuomi.fi), alueellisia julkaisuja

---

<sup>4</sup> Yritys oli alun perin nimeltään Futosome, yritysostojen kautta sittemmin Mohawk ja lopulta Legentic. Nykyisin palvelua ei samassa muodossa enää ole. Yritys pyrki aineiston kattavuuteen ja siten edustavuuteen yksinkertaisesti keräämällä kaiken aineiston, mitä suinkin pystyi. Sanomalehtiaineistosta ei ole kattavuusarviota (Mohawk ei pvm.).

<sup>5</sup> Tarkemmin sanottuna lemma *sijoittaminen*. Lemma on ”yhteen kuuluvien sananmuotojen otsikkona käytetty sana” – yleensä yhteenkuuluvat muodot ovat sanan eri taivutusmuotoja, mutta yhteenkuuluvuus voi olla väljempääkin (Tieteen termipankki 2024). Legenticin lemmän määritelmä sisältää taivutusmuotojen lisäksi yhdyssanoja.

(esim. karjalainen.fi) ja tiettyihin aihepiireihin keskittyviä julkaisuja (esim. rakennuslehti.fi). Aineiston aikaväli perustuu Legenticin kokoelman kattamiin vuosiin. Teksteistä muodostettiin korpus, joka sisältää yhteensä 5 669 tekstiä ja noin 2,9 miljoonaa sanaa<sup>6</sup>. Erityisesti ensimmäisiltä kahdelta sekä viimeiseltä vuodelta on muita vuosia vähemmän aineistoa, joten vuosittaisia eroja koskevia havaintoja on näiden osalta syytä tulkita varovaisesti.

Korpus edustaa suomalaista talousuutisoitua. Talousjournalismin painopiste on tyypillisesti vallanpitäjien kriittisen tarkkailun sijaan tiedonvälityksessä ja yleisön opastamisessa (Strauß 2019; Tambini 2010), ja toimittajat tukeutuvat yleisesti ja usein kritiikittömästi analyyttikkoihin ja meklareihin (Thompson 2013). Talousjournalismi on aina ollut tunteiden värittämää, vaikka toimittajat onkin perinteisesti nähty neutraaleina tarkkailijoina. Journalismitutkimuksen ”emotionaalinen käänne” on tehnyt näkyväksi, miten tunteet muovaavat uutisten tuottamista, esittämistä ja vastaanottamista myös ”kovissa” uutisgenreissä (Wahl-Jorgensen 2020).

Korpuksen tehtiin automatisoitu kieliopillinen ja semanttinen annotointi Lancasterin yliopistossa kehitetyn #Lancsbox X -korpusohjelmiston (Brezina & Platt 2024) avulla. Korpuksen annotointi on prosessi, jossa korpuksen teksteihin merkitään tulkitsevaa metatietoa. Semanttinen annotointi voidaan siis määritellä sanastopohjaiseksi tavaksi tunnistaa ja merkitä sanojen merkityksiä tekstiin (Löfberg 2017). Käytetty menetelmä, USAS, on alun perin kehitetty englannin kielelle ja sittemmin sovellettu suomen kielelle (Löfberg 2017). USAS-annotointi ei kata vain tunnekieltä vaan ”kaikki” semanttiset kentät. Eri aihepiireille on annettu kirjaintunnukset ja ne on jaettu alakategorioihin. Tässä artikkelissa hyödynnämme kategorisoinnista ainoastaan tunnekielen osaa eli USAS-kategoriaa E: ”Tunne-elämä ja mielentilat”. Se sisältää seuraavat alaluokat:

- E1 tunne-elämä ja mielentilat (yleiskategoria)
- E2 mieltymys
- E3 rauhallisuus (E3+) / aggressiivisuus, vihaisuus (E3-)
- E4 onnellisuus / surullisuus
  - E4.1 onnellisuus (E4.1+) / surullisuus (E4.1-)
  - E4.2 tyytyväisyys (E4.2+) / tyytymättömyys (E4.2-)
- E5 rohkeus (E5+) / pelko, järkytys (E5-)
- E6 huolettomuus (E6+) / huoli (E6-)

Kategorisoitava sanasto sisältää verbejä, substantiiveja, adjektiiveja ja jopa adverbejä (esim. *huolettomasti*) (sanastoesimerkkejä Liitteessä 1). Kategorisointi ei välttämättä ole

---

<sup>6</sup> Aineistosta poistettiin täsmälleen samojen tekstien useat esiintymät, sillä suomalaisessa mediassa samoja juttuja julkaistaan usein monissa saman omistajan lehdissä.

aina täysin loogisen tuntuista, esimerkiksi *jännitys* on luokassa E6, mutta *jännittävä* luokassa E5. Sanaluokasta toiseen siirtyminen voi kuitenkin muuttaa merkityksiä, ja olenaista tietenkin on, että merkitys voi riippua kontekstista. Lisäksi tunteiksi ainakin joskus käsitettäviä sanoja on muissakin kuin E-kategoriassa (ks. Liite 1). Suurin osa näiden muiden kategorioiden sisällöstä ei kuitenkaan liity tunteisiin, joten niiden käsittely koko kategorian tasolla ei ole välttämättä järkevää. Tässä artikkelissa keskitymme vain kategoriaan E.

Korpusavusteisessa diskurssintutkimuksessa johtopäätöksiä ei tehdä pelkästään määrällisten tulosten perusteella vaan hyödynnetään myös laadullista tarkastelua: Ajatuksena on paikantaa kiinnostavia toistuvuuksia tai eroja määrällisesti ja siirtyä sitten lähempään tarkasteluun yksittäisten hakutulosrivien eli kwic-konkordanssien (key word in context) avulla (Partington ym. 2013; Baker 2023; Mautner 2016). USAS-kategorisointi tarjoaa siis lähestymistavassamme taustaymmärrystä ja keinon paikantaa kiinnostavia diskursiivisia ilmiöitä ja aineiston osia laadullista tarkastelua varten. Laadullisessa analyysissä tarkastelimme laajennettuja tekstikonteksteja<sup>7</sup> luvussa 4 esitettyjen tunnekielen merkitysulottuvuuksien kautta.

## 6 Tunnekieli uutismedian sijoittajia koskevissa teksteissä

Tässä luvussa sovellamme esittelemäämme menetelmäkokonaisuutta tunnekielen merkitysten analyysiin sijoittajia koskevan talousjournalismin kontekstissa. Analyysin ei ole tarkoitus olla kattava vaan sen ensisijaisena tavoitteena on kokeilla ja havainnollistaa menetelmää. Esittelemme ensimmäisessä alaluvussa tunnekielen käyttöä aineistossamme määrällisellä tasolla ja näiden tulosten perusteella valitsemme osa-alueita tarkempaan tarkasteluun.

### 6.1 Tunnesanaston määrällistä ja ajallista tarkastelua

Kuviossa 1 on esitetty tunnekategorioiden vuosikohtainen esiintyvyys korpuksessamme, ja eri kategorioiden painotukset aineistossa siitä käyvät myös yleisemmin ilmi. Suurin kategoria on **mieltymys**<sup>8</sup>, joka viittaa pitämiseen (esim. *suosia*, *rakastaa*), joskin sen esiintyvyys laskee selvästi vuoden 2016 huipustaan alkaen. Sen sijaan **vastenmielisyyteen** liittyviä sanoja ei aineistossa juurikaan käytetä. Toiseksi yleisin kategoria on **vihaisuus/aggressiivisuus**; sen yleisyyttä selittää osin se, että monia sotaan liittyviä sanoja on sisällytetty tähän luokkaan (esim. *hyökkäys*) ja se, että siihen sisältyvät esimerkiksi

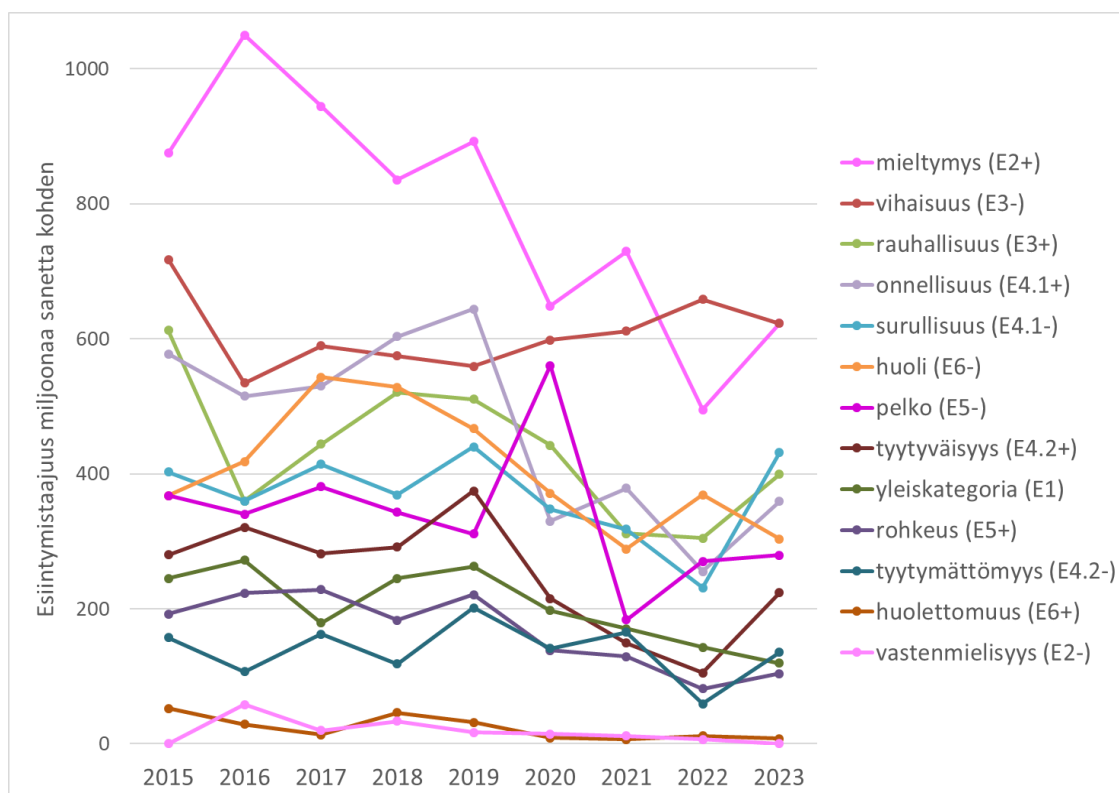
---

<sup>7</sup> Sisällytämme tässä artikkelissa käsiteltyihin aineistoesimerkkeihin kuitenkin vain kunkin esimerkin ymmärtämiseksi tarvittavan määrän kontekstia.

<sup>8</sup> USAS-kategorioiden nimet lihavoitu, aineistossa esiintyvät sanat puolestaan kursivoitu.

myös usein metaforisesti käytetyt *isku* ja *lyöä*, sekä adjektiivit *hurja* ja *raju*, joiden merkitys on vähemmän kirjaimellisesti aggressiivisuuteen liittyvä. **Vihaisuuden** kategoria pysyy tarkastelujakson aikana melko tasaisena, laskee ensin vuoden 2015 tasosta ja nousee sitten hiljaksen saavuttaen toiseksi korkeimman tasonsa vuonna 2022, jolloin Venäjä aloitti hyökkäyksen Ukrainaan. **Pelko** taso vaihtelee enemmän; sillä on merkittävä piikki pandemiavuonna 2020.

**Onnellisuuden** ja **tyytyväisyyden** sanastot olivat yleisimmillään vuonna 2019, juuri ennen COVID-19-kriisiä. Monet positiivisen ydinmerkityksen tunnekategoriat, kuten **mieltymys**, **rauhallisuus**, **rohkeus**, **tyytyväisyys** ja **onnellisuus** puolestaan saavuttivat alimman tasonsa vuonna 2022 syventäen jo COVID-19-kriisin aikana alkanutta laskua. Samaan aikaan negatiiviset **vihaisuus**, **huoli** ja **pelko** taas nytkähtivät ylöspäin. Tämä voi liittyä Ukrainan sodan ja energiakriisin aiheuttamaan epävarmuuteen sekä samaan aikaan kiihtyneeseen inflaatioon ja keskuspankkien kiristyneeseen rahapolitiikkaan. Toisaalta myös **tyytymättömyys** ja **surullisuus** olivat alimmillaan 2022, mitä on vaikeampaa tulkita. **Rauhallisuuden** (esim. *malti*) ja **huolen** kehitys on samankaltaista, mikä voisi selittyä sillä, että huolestumisesta puhuttaessa kehoitetaan samaan hengenvetoon usein myös pysymään rauhallisena.

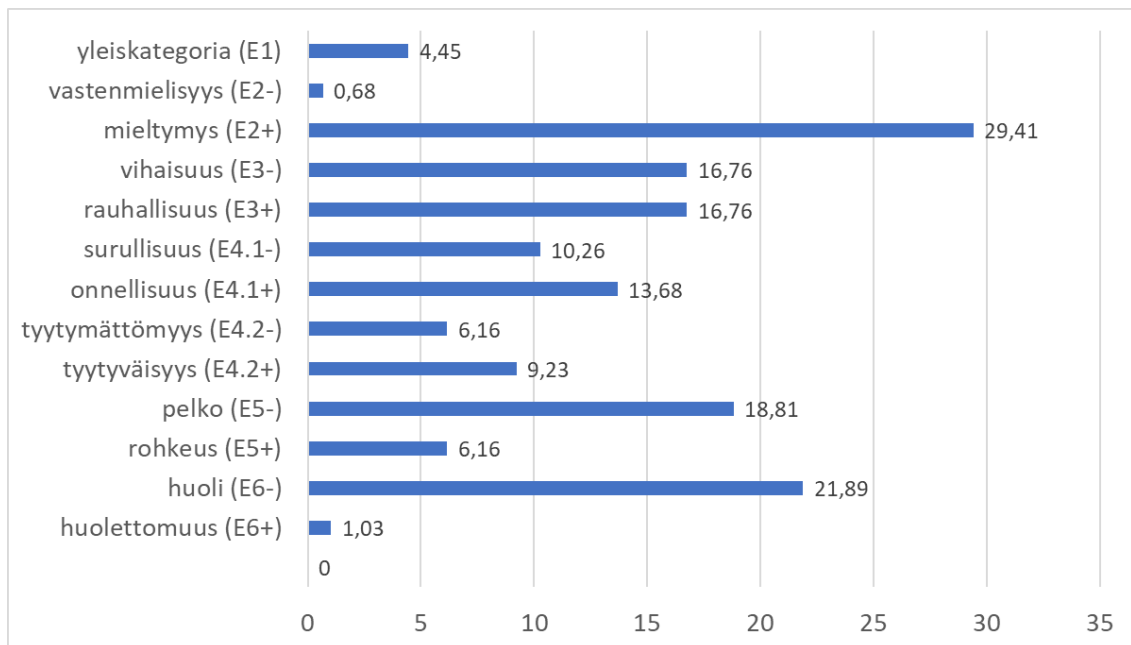


**Kuvio 1.** USAS E-tunnekategorioiden esiintyvyys sijoittajakorpuksessa vuosina 2015–2023, miljoonaa sanetta kohden.

Selvittääksemme, miten tunnekategoriat kytkeytyvät teksteissä nimenomaan sijoittajiin, tarkastelimme seuraavaksi niiden esiintyvyyttä pian *sijoittaja*-lemman jälkeen (välissä 0-5 muuta sanaa). Kuvio 2 kertoo, että **mieltymys** on myös tässä aineiston osassa suurin kategoria. **Mieltymys**-esimerkkien tarkastelu kertoo, että näissä ilmaistaan erityisesti, että jokin on sijoittajien *suosiossa*, he *suosivat* tiettyjä sijoituskohteita (esim. 1) tai jotain tehdään *mielellään*. Tunteen intensiteetti näyttää tässä kategoriassa siis olevan pääosin hyvinkin alhainen; vain muutamassa kohdassa on mainittu vahvempi tunne, *rakkaus* (esim. 2).

(1) Suomalaisten **sijoittajien suosimat** kotimaisiin osakkeisiin sijoittavat Suomi-rahastot pärjäivät selvityksen mukaan viime vuonna omassa luokassaan jopa poikkeuksellisen huonosti.

(2) Mokailen **sijoittajana** päivittäin, mutta **rakastan** mokiani, sillä niistä oppii aina uutta.



**Kuvio 2.** USAS E-tunnekategorioiden esiintyvyys sijoittaja-lemman jälkeen, välissä 0-5 sanaa, miljoonaa sanetta kohden.

Kuvio 2 kertoo myös, että kun tarkastellaan koko aineiston sijasta vain pian *sijoittaja*-sanan jälkeen esiintyviä tunnesanoja, vallalla näyttävät olevan tunnesanat, joilla on negatiivinen ydinmerkitys. Mieltymyksen jälkeen mitalisijoille nousevat nimittäin **vihaisuuden** ja **onnellisuuden** sijasta **huoli** ja **pelko**. Aineistossa viitataan siis usein sijoittajien pelkoihin, huomattavasti useammin kuin rohkeuteen, ja vastaavasti myös huolet ovat yleisempiä kuin huolettomuus, jota myöskään tässä rajatussa tarkastelussa ei juurikaan esiinny. Toisaalta **tyytyväisyys** ja **onnellisuus** ovat tässäkin vastinparejaan **tyytymättömyyttä** ja **surullisuutta** yleisempiä ja, toisin kuin koko aineistossa, **vihaisuus** ja **rauhallisuus** ovat nyt tasoissa.

Määrällinen analyysi siis viittaa siihen, että erityisesti **pelon** ja **huolen** kategoriat korostuvat sijoittajia koskevan tunnepuheen kontekstissa. Tämä on mielestämme kiinnostavaa, ja siksi keskitymmekin seuraavaksi näiden kategorioiden lähempään laadulliseen tarkasteluun.

## **6.2 Pelon ja huolen ydinmerkitykset ja niiden laajentaminen**

Laadullisen analyysimme perusteella pelkoa käytetään usein markkinatilanteen tulkintakehyksenä: kuvaamaan tai tulkitsemaan sijoittajien toimintaa markkinoilla kokonaisuutena ja sitä kautta markkinoiden liikkeitä. Esimerkki 3 on tyypillinen tapaus, jossa pelkoihin viitataan yleisesti markkinoiden tasolla. Tällainen käyttö hyödyntää *pelko*-sanan ydinmerkitystä, jossa toimija reagoi vaaran kokemukseen (esimerkissä 3 uhkana rahapolitiikan aggressiivisempi kiristäminen), ja se tarjoaa siten eräänlaisen tulkintakehyksen, perustason selityksen kurssien liikkeille. *Pelko* siis nähdään ydinmerkitykseltään negatiivisena, ja siksi sitä pyritään esimerkiksi hälventämään erilaisin finanssipoliittisin toimin (esim. 3). Esimerkissä 4 puolestaan käytetään hyvin samankaltaisesti *huoli*-sanaa.

(3) Powellin mukaan lisää koronnostoja on odotettavissa, mutta vielä suurempia 0,75 prosenttiyksikön nostoja ei ole harkinnassa. Powellin kommentit **hälvensivät sijoittajien pelkoja** Fedin rahapolitiikan vieläkin aggressiivisemmasta kirittämisestä ja sysäsivät osakekurssit nousuun.

(4) Tulos on heikentynyt vajaalla viidenneksellä yhtiöistä, ja näissä tapauksissa korostuu **sijoittajien tuorein huoli** eli kustannusinflaatio.

Tunnekielen avulla markkinatilannetta kuvailtaessa hyödynnetään myös eri tunnesanojen ydinmerkityksiin sisältyviä aste-eroja; näiden avulla voidaan viitata markkinoiden reaktioiden suuruusluokkaan. Tällaisia variaatioita pelkoteemasta ovat muiden muassa *säikähdys*, *paniikki*, *kauhu* ja *pakokauhu*.

Tunnekielen käyttäminen markkinatilanteen kuvailussa kertoo tunnesanaston merkitysten jonkinasteisesta metaforisesta laajentumisesta sijoittamisen kontekstissa: Kun kuvataan sijoittajien toimintaa markkinoilla kokonaisuutena, kyseessä on yleistys, oletusarvoinen selitys. Sitä ei siis voi ottaa kirjaimellisesti väitteenä, että yksittäiset sijoittajat toimisivat vain tietynlaisen tunteen motivoimina.

## **6.3 Sijoittajan pelon ja huolen arvottaminen**

Huoli- ja pelkopuheessa näkyvät usein myös arvottavat merkitykset ja hyvän sijoittajan normatiivinen rakentaminen. Eräs yleinen ajatus aineistossa on, että tunteet, erityisesti *pelko* ja siihen rinnastettu *ahneus* kuuluvat sijoittamiseen (esim. 5 ja 6), ja tämä on siis ymmärrettävää. Silti nämä tunteet esitetään usein myös eksplisiittisesti ongelmana, mikä onkin linjassa näiden sanojen negatiivisen ydinmerkityksen kanssa. Aineistossa

”Sijoittajan päässä taistelevat ahneus ja pelko”

tuodaan muun muassa arvottavasti esiin, että tunnereaktiot ovat *tottumattomuuden* merkki (esim. 5) ja että tunteita tulee *oppia hallitsemaan* (esim. 6).

(5) Aika ajoin sijoitusmarkkinat heiluvat, välillä vähemmän, välillä enemmän. Se kuuluu sijoittamiseen, mutta Ansamaa ymmärtää, että **tottumattomampaa sijoittajaa toisinaan hirvittää**.

(6) Kysyttäessä mieleenpainuvimpia onnistumisia kumpikin väittää naureskellen, ettei niitä muista. Menetettyt rahat ja tappiot on kyllä hyvässä muistissa. Kaksikon mukaan sijoittajan päässä taistelevat **ahneus ja pelko**. - **Ne tunteet pitää oppia hallitsemaan**.

Esimerkissä 7 pelkoon liittyvä arvottavuus ilmaistaan suoran kiellon muodossa: ei saa pelätä liikaa. Esimerkissä 7 näkyy myös, että pelko voi johtua myös sijoittajan omasta toiminnasta, ei siis vain ulkopuolisista syistä kuten markkinoiden heilahteluista (vrt. esim. 5). Niinpä liiallisia riskejä ei pidä ottaa, vaan riskien tulee olla hallittuja; näin voi nukkua hyvin. Koska kyseessä on yksittäistä henkilöä koskeva juttu ja siinä viitataan juuri kyseisen henkilön tunteisiin, tunnekieltä käytetään tässä melko kirjaimellisesti.

(7) Heikkilä sai pitää työpaikkansa. Musta kierre päättyi ja markkinat kääntyivät nousuun. Alkoi hurja teknoralli. Tapaus oli opettavainen. ”Älä koskaan ota niin paljon riskiä, ettet pysty nukkumaan öitä rauhassa.” Nykyään Heikkilä nukkuu hyvin, sillä hän ottaa **vain hallittuja riskejä**. Riskeistä huolimatta Heikkilä korostaa, että sijoittaja **ei saa pelätä liikaa**.

Lisäksi sijoittaja voi pyrkiä muokkaamaan omaa suhtautumistaan, esimerkiksi omiin virheisiin (ks. esim. 2: *rakastan mokiani*) tai ulkoisessa maailmassa esiintyviin pelon syihin. Esimerkissä 8 viitataan *uhkaan ja huoleen*, mutta yhdistäen ne kieltomuotoihin saadaan tulokseksi tosiallinen viittaus huolettomuuteen. Kehystämällä kurssilasku *mahdollisuutena*, myös siihen liittyvä tunne käännetään siis positiiviseksi.

(8) ”Eli ostetaan erittäin hyvien yhtiöiden osakkeita halvalla, kun kurssit laskevat. Nimenomaan niin päin, **ettei tämä ole uhka vain mahdollisuus**.” [...] ”Pitkäjänteisen sijoittajan **ei oikeastaan koskaan tarvitse olla huolissaan**.

(9) Warren Buffettin pitkä ura kuuluisana miljardöörisijoittajana on tuonut mukanaan myös monia tiuhaan jaettuja sananparsia, joita monet hyödyntävät myös sijoitusneuvoina. Eräs näistä on ”**ole pelokas, kun muut ovat ahneita ja ole ahne, kun muut ovat peloissaan**”.

Kuten esimerkissä 9 nähdään, tunteiden hallinnan tavoitteessa on myös kilpailullinen ulottuvuus: pitää tarkkailla itseään ja muita ja olla aina askeleen edellä (vrt. Allon 2016). Näin on mahdollista nousta muiden yläpuolelle legendaaristen sijoittajien, kuten esimerkissä mainitun Buffettin, tavoin.

## **7 Lopuksi**

Tässä artikkelissa on rakennettu tunnekielen tarkasteluun soveltuva diskurssianalyysin menetelmäkokonaisuus. Siinä yhdistyvät korpuspohjainen lähestymistapa, joka hyödyntää tunnesanaston semanttista annotointia, ja tekstikontekstien laadullinen diskurssianalyysi merkitysulottuvuuksiin perustuvan teoreettis-menetelmällisen analyysikehyksen avulla. Analyysikehykseen kuuluvat ydinmerkitykset, laajennetut merkitykset ja arvottavat merkitykset. Menetelmän havainnollistamiseksi olemme analysoineet tunteiden merkityksiä sijoittamista koskevissa uutismedian teksteissä. Tämän analyysin avulla lisäämme samalla myös ymmärrystä tunnekielestä sijoittamista koskevissa uutismedian diskursseissa, osana laajenevaa finanssoitumiskehitystä ja uusliberaalien sijoittajasubjektien rakentamista.

Esittämällämme menetelmäkokonaisuudella on analyysimme perustella selvästi potentiaalia tunnekielen diskursiivisessa tarkastelussa, ja se on sovellettavissa myös muihin konteksteihin kuin talousuutisointiin. Yhtenä vahvuutena on joustavuus: analyysikehystä voisi hyvin hyödyntää myös ilman korpusavusteista osaa, ja päinvastoin. Semanttinen annotointi helpottaa tunnekielen paikantamista erityisesti suurissa aineistoissa, mahdollistaa määrällisten havaintojen tekemisen ja lisää siten diskurssintutkimuksen kattavuutta ja systemaattisuutta. Tunnekieleen liittyy erityistä tulkinnan vaikeutta: eri ihmisillä on hyvin erilaisia käsityksiä siitä, mitkä ylipäätään ovat tunteisiin viittaavia sanoja. Näin ollen omien tulkintojen heijastaminen valmiiseen jaotteluun voi auttaa tarkentamaan ja monipuolistamaan analyysia. USAS-kategorisointi voi siis toimia hedelmällisenä lähtökohtana, kunhan sitä ei sovelleta kritiikittömästi.

Tunteiden kategorisoinnin moninaisten vaihtoehtojen ohella on otettava huomioon, että automaattinen annotointi sisältää aina jonkin verran virheitä. Lisäksi sanastopohjainen lähestymistapa ei välttämättä auta tunnistamaan sellaisia tunneilmaisuja, jotka rakentuvat tunnesanojen sijasta metaforien, sävyn, kontekstin tai vuorovaikutuksen dynamiikan kautta. USAS-kategorioiden käännoistä ja sen soveltuvuutta suomenkieliseen aineistoon on myös hyvä arvioida kriittisesti, koska tunteet ja niiden kielelliset ilmaisut ovat kulttuurisidonnaisia. Lisäksi USAS-kategorisoinnin laajuus aiheuttaa sen, että osa kategorioista jää varsin yleiselle tasolle. Katteoria E sisältää kuitenkin suhteellisen hienojakoisia alakategorioita verrattuna moniin muihin semanttisiin osa-alueisiin, mikä mahdollistaa tunnekieleen ilmausten kohtuullisen tarkan alustavan kartoituksen.

Haasteena on myös määrällisen ja laadullisen saumaton yhdistäminen. Valitsimme laadulliseen tarkasteluun *sijoittaja*-sanan yhteydessä korostuneet **huolen** ja **pelon** kategoriat. Sen sijaan tekemämme yleinen, vuosittainen tarkastelu jäi irrallisemmaksi laadullisesta analyysistä. Halusimme kuitenkin tuoda esiin tämänkin tarkastelutavan ja sen, että

sanaston esiintyvyys voi vaihdella merkittävästikin tarkastelujakson tapahtumien mukana. Lisäksi Kuvio 1. kertoo kategorioiden painotuksista yleisesti sijoittajakorpuksessamme ja näitä tuloksia voidaan jatkossa verrata muita aihepiirejä käsitteleviin aineistoihin. On myös todettava, että menetelmäkokonaisuus ei tällaisenaan taivu teoreettis-metodologisen analyysikehikon mukaisten merkitystyyppien määrälliseen tarkasteluun, vaan se edellyttäisi käsin tehtävää annotointityötä.

Laadulliseen analyysiin kehittämämme teoreettis-metodologinen kehikko auttaa tunnistamaan ja erottelamaan erityyppisiä merkitysisältöjä, joita tunnesanasto voi tuoda diskurssiin, sekä myös pohtimaan, mitkä tasot ovat kulloinkin tarkasteltavassa aineistossa olennaisimpia. Meidän aineistossamme korostui pelon ja huolen perusmerkitysten metaforinen laajentaminen markkinatilanteen kuvaukseksi tai selitykseksi. Tunnekieltä käytettiin siis kuvaamaan sijoittajien toimintaa markkinoilla ja siten selittämään lukijoille kurssien liikkeitä. Tunnepuhe toimii näin ollen eräänlaisena selitysvälineenä: tunneilmajujen avulla herätetään kiinnostusta ja tehdään taloutta ymmärrettäväksi ja läheisemmäksi tavalliselle ihmiselle. Vaikka pyritään ymmärrettävyyteen, liian yksinkertaistavat selitykset voivat kuitenkin johtaa puutteelliseen ymmärrykseen ja jopa hämärtää kansantalouden todellisia lainalaisuuksia. Puhe sijoittajien tunteista onkin osin epärealistista, sillä kun päätös sijoittamisen aloittamisesta on tehty, se on asiantuntijoiden neuvonkin mukaan usein automaattista (indeksirahastot, ”osta ja unohda-strategia”, algoritmien sijoittaminen), joten tunteet eivät monestikaan ole läsnä sijoituspäätöksissä.

Lisäksi aineistomme huoli- ja pelkopuheessa korostuivat arvottavat merkitykset ja oikeanlaisiin sijoittajasubjekteihin liittyvien kulttuuristen normien rakentaminen: Sijoittajan tulisi olla sankarillinen, muita rationaalisempi toimija, ymmärtää ja hallita omaa käyttäytymistään, tunteitaan sekä suhtautumistaan ulkoisiin tapahtumiin kuten markkinatilanteeseen. Näin rakennetaan uusliberaalia sijoittajasubjektia, jonka ihanteessa korostuu yksilön vastuu (ks. myös Lillqvist & Porttikivi 2023; Hirsto ym. tulossa).

Aineiston aikaväliin sisältyi merkittäviä kriisejä, joilla oli vaikutusta huoli- ja pelkopuheen määrään. Voi kuitenkin myös olla, että nämä negatiiviset tunteet nähdään yleisemmin erityisen relevantteina sijoittamisen kontekstissa. Toisaalta tämä voi liittyä myös siihen, että negatiiviset tapahtumat ovat ylipäättään yliedustettuina uutismediassa ja talousuutisoinnissa – ajatellaan, että kielteiset artikkelit saavat enemmän huomiota (Trussler & Soroka 2014; Niessner & So 2018). Lisäksi talousjournalismi keskittyy raportoimaan yllättäviä muutoksia: nousuja, laskuja, onnistumisia ja epäonnistumisia. Näin pörssisijoittaminen esitetään tyypillisesti ”pelinä”, ilman kytköksiä laajempiin taloudellisiin ja ideologisiin rakenteisiin, siihen, millaisessa järjestelmässä ja poliittisessa ilmapii-

rissä sijoituspäätöksiä tehdään ja ketkä niistä lopulta hyötyvät (Hirsto 2009). Kurssikehityksen raportoinnin lisäksi yksittäiset talouden tapahtumat olisikin hyvä kytkeä laajemmin koko kansantalouteen ja yhteiskuntaan (Harjuniemi 2020).

Median diskurssi, jossa tunnekieltä käytetään vetoavana ja selittävänä elementtinä, toimii osana talouden tuotantokoneistoa ja legitimoii jatkuvaan kasvuun pyrkivää markkinataloutta. Se rakentaa kulttuurisia normeja, muun muassa käsityksiä menestyksekkäästä elämästä, hyvistä sijoittajista ja toivottavista yhteiskuntajärjestyksistä. Tämän takia on tärkeää analysoida laajemminkin kriittisesti tunnekielen hyödyntämistä mediassa esiintyvissä diskursseissa.

### Rahoittajat

Tutkimus on toteutettu osana Suomen Akatemian vuosina 2021–2025 rahoittamaa hanketta ”Sijoituskulttuurin siirtymiä digitaalisissa tiloissa”, päätösnumero 339181.

### Lähteet

- Ahmed, S. (2004). *The Cultural Politics of Emotion*. Edinburgh University Press.
- Aitken, R. (2007). *Performing Capital: Toward a Cultural Economy of Popular and Global Finance*. Palgrave Macmillan.
- Allon, F. (2016). The wealth affect: financial speculation as everyday habitus. Teoksessa A. Schmidt & C. Conrad (toim.). *Bodies and affects in market societies*. Mohr Siebeck. 109–125.
- Armon-Jones, C. (1986). The social functions of emotions. Teoksessa R. Harré (toim.). *The social construction of emotions*, Basil Blackwell. 2–14.
- Baker, P. (2023). *Using Corpora in Discourse Analysis* (2. painos). Bloomsbury Academic.
- Baker, M. & Wurgler, J. (2007). Investor sentiment in the stock market. *Journal of Economic Perspectives*, 21(2), 129–151. <https://doi.org/10.1257/jep.21.2.129>
- Bamberg, M. (1997). Emotion talk(s): The role of perspective in the construction of emotions. Teoksessa S. Niemeier & R. Dirven (toim.). *The language of emotions. Conceptualization, expression, and theoretical foundation*, John Benjamins. 209–225.
- Bandelj, N. (2009). Emotions in economic action and interaction. *Theory and Society*, 38(4), 347–366. <https://doi.org/10.1007/s11186-009-9088-2>
- Bednarek, M. & Caple, H. (2014). Why do news values matter? Towards a new methodological framework for analysing news discourse in critical discourse analysis and beyond. *Discourse & Society*, 25(2), 135–158. <https://doi.org/10.1177/0957926513516041>
- Berezin, M. (2009). Exploring emotions and the economy: new contributions from sociological theory. *Theory and Society*, 38(4), 335–346. <https://doi.org/10.1007/s11186-009-9084-6>
- Brezina, V. & Platt, W. (2024). #LancsBox X 5.0.0 [software package], lancsbox.lancaster.ac.uk
- Clough, P. T. & Halley, J. (toim.). (2007). *The Affective Turn: Theorizing the Social*. Duke University Press.

- Dibb, S., Merendino, A., Aslam, H., Appleyard, L. & Brambley, W. (2021). Whose rationality? Muddling through the messy emotional reality of financial decision-making. *Journal of Business Research*, 131, 826–838.
- Döveling, K., Harju, A. A. & Sommer, D. (2018). From Mediatized Emotion to Digital Affect Cultures: New Technologies and Global Flows of Emotion. *Social Media + Society*, 4(1). <https://doi.org/10.1177/2056305117743141>
- Edwards, D. (1999). Emotion Discourse. *Culture & Psychology*, 5(3), 271–291. <https://doi.org/10.1177/1354067x9953001>
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge.
- Frankfurt, H. G. (2005). *On bullshit*. Princeton University Press.
- Fredal, J. (2011). Rhetoric and bullshit. *College English*, 73(3), 243–259. <http://www.jstor.org/stable/25790474>
- Haidt, J. (2003). The moral emotions. In R. J. Davidson, K. R. Scherer & H. H. Goldsmith (toim.), *Handbook of affective sciences*. Oxford University Press. 852–870.
- Harjuniemi, T. (2020). *Asiantuntijoita vai asiansa ajajia. Suomalaisten toimittajien näkemyksiä talouspolitiikan asiantuntijuudesta*. Helsingin yliopisto. Saatavilla: <https://www.hssaatio.fi/wp-content/uploads/2020/12/Asiantuntijoita-vai-asiansa-ajajia.pdf>
- Harré, R. (1986). An outline of the social constructionist viewpoint. Teoksessa R. Harré (toim.), *The social construction of emotions*. Basil Blackwell. 2–14.
- Hart, C. (2014). *Discourse, grammar and ideology: Functional and cognitive perspectives*. Bloomsbury Publishing.
- Hirsto, H. (2009). Rahan seikkailut – sijoitusmarkkinoiden kulttuurisia jäsenyyksiä. Teoksessa M. Ruckenstein & T. Kallinen (toim.), *Rahan Kulttuuri*. SKS. 72–83.
- Hirsto, H. (2011). Everyday discourses of stock market investing: Searching for investor power and responsibility. *Consumption Markets & Culture*, 14(1), 57–77. <https://doi.org/10.1080/10253866.2011.541176>
- Hirsto, H., Hjerpe, C., Lillqvist, E. & Porttikivi, M. (tulossa). Naisille suunnatun sijoituspuheen ideologinen kutsu sosiaalisessa mediassa. Teoksessa H. Hirsto, H. Kuusela, M. Porttikivi & J. Venäläinen (toim.), *Omistamisen kulttuurit: tavaroiden taakasta sijoittamisen vapautteen*. SKS.
- Hochschild, A. R. (2003 [1983]). *The managed heart: Commercialization of human feeling, with a new afterword*. University of California Press.
- Karlsson, F. (1998). *Yleinen kielitiede*. Yliopistopaino.
- Kivimäki, S., Kolehmainen, M. & Sumiala, J. (2010). Tunteet ja tutkimus. *Media & viestintä*, 33(4). <https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/62918>
- Lakoff, G. (1987). *Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind*. University of Chicago press.
- Lakoff, G. (2016). Language and Emotion. *Emotion Review*, 8(3), 269–273. <https://doi.org/10.1177/1754073915595097>
- Lillqvist, E. (2019). Korpusavusteinen diskurssianalyysi kuluttajatutkimuksen menetelmänä: Pivakkikeskustelun synty, nousu ja arkipäiväistyminen Suomi24-keskustelufoorumilla. *Kulutustutkimus.Nyt*, 13(1), 5–30. <https://journal.fi/kulutustutkimus/article/view/84608>
- Lillqvist, E. & Porttikivi, M. (2023). ”Jos et aloita, mikään ei muutu”: Tulevaisuuksien rakentaminen median sijoituskursseissa. *VAKKI Publications* 15, 292–316. <https://doi.org/10.70484/vakki.149353>
- Lyons, J. (1977). *Semantics* (osa 1). Cambridge university press.
- Löfberg, L. (2017). Creating large semantic lexical resources for the Finnish language. Doctoral Thesis, Lancaster University. <https://doi.org/10.17635/lancaster/thesis/3>

- Maman, D. & Rosenhek, Z. (2023). Governing individuals' imaginaries and conduct in personal finance: The mobilization of emotions in financial education. *Journal of Consumer Culture*, 23(1), 188–208. <https://doi.org/10.1177/14695405211069952>
- Martin, J. R. & White, P. R. R. (2005). *The Language of Evaluation: Appraisal in English*. Palgrave Macmillan.
- Massumi, B. (2002). *Parables for the Virtual: Movement, Affect, Sensation*. Duke University Press.
- Mautner, G. (2016). Checks and balances: How corpus linguistics can contribute to CDA. Teoksessa R. Wodak & M. Meyer (toim.), *Methods of critical discourse studies* (3. painos). SAGE. 122–143.
- Mohawk. (ei pvm.). Mohawk - Data for research. [https://docs.google.com/document/d/16Jpcfl9WcvKOogLXWFqiRP7gMkYnzRGUowhhAMbA\\_A/](https://docs.google.com/document/d/16Jpcfl9WcvKOogLXWFqiRP7gMkYnzRGUowhhAMbA_A/)
- Nelimarkka, M. & Sund, R. T. (2017). Viestinnän mittaaminen Big Datan avulla. Teoksessa E. Juholin & V. Luoma-aho (toim.), *Mitattava viestintä*. ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry. 74–85. <https://doi.org/10.31885/2018.00030>
- Niessner, M. & So, E. C. (2018). *Bad news bearers: The negative tilt of the financial press*. Available at SSRN: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3219831>
- Nussbaum, M. C. (2001). *Upheavals of Thought: The Intelligence of Emotions*. Cambridge University Press.
- Pellandini-Simányi, L. (2020). The financialization of everyday life. Teoksessa *The Routledge handbook of critical finance studies*. Taylor & Francis.
- Partington, A., Duguid, A. & Taylor, C. (2013). *Patterns and Meanings in Discourse: Theory and Practice in Corpus-assisted Discourse Studies (CADS)*. John Benjamins.
- Pettersson, J. & Wettergren, Å. (2021). Governing by emotions in financial education. *Consumption Markets & Culture*, 24(6), 526–544. <https://doi.org/10.1080/10253866.2020.1847720>
- Prechel, H. (2017). Fordism and Post-Fordism. *The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Social Theory*, 1–4.
- Pälli, P. & Lillqvist, E. (2020). Diskurssianalyysi. Teoksessa M. Luodonpää-Manni, M. Hamunen, R. Konstenius, M. Miestamo, U. Nikanne & K. Sinnemäki (toim.), *Kielentutkimuksen menetelmiä*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. 374–411. <https://doi.org/10.21435/skst.1457>
- Rayson, P. (2008). From key words to key semantic domains. *International Journal of Corpus Linguistics*, 13(4), 519–549. <https://doi.org/10.1075/ijcl.13.4.06ray>
- Spicer, A. (2017). *Business bullshit*. Routledge.
- Strauß, N. (2019). Financial journalism in today's high-frequency news and information era. *Journalism*, 20(2), 274–291. <https://doi.org/10.1177/1464884917753556>
- Taffler, R. (2017). Emotional finance: investment and the unconscious. *The European Journal of Finance*, 24(7–8), 630–653. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2017.1369445>
- Tambini, D. (2010). What are financial journalists for? *Journalism studies*, 11(2), 158–174. <https://doi.org/10.1080/14616700903378661>
- Thompson, P. A. (2013). Invested interests? Reflexivity, representation and reporting in financial markets. *Journalism*, 14(2), 208–227. <https://doi.org/10.1177/1464884912474201>
- Trussler, M. & Soroka, S. (2014). Consumer demand for cynical and negative news frames. *The International Journal of Press/Politics*, 19(3), 360–379. <https://doi.org/10.1177/1940161214524832>
- Wahl-Jorgensen, K. (2019). An Emotional Turn in Journalism Studies? *Digital Journalism*, 8(2), 175–194. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1697626>
- Wetherell, M. (2012). *Affect and Emotion: A New Social Science Understanding*. London: SAGE Publications.

- Wetherell, M. (2015). Trends in the turn to affect. *Body & Society*, 21(2), 139–166. <https://doi.org/10.1177/1357034X14539020>
- Wetherell, M., McCreanor, T., McConville, A., Moewaka Barnes, H. & le Grice, J. (2015). Settling space and covering the nation: Some conceptual considerations in analysing affect and discourse. *Emotion, Space and Society*, 16, 56–64. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2015.07.005>
- Wierzbicka, A. (1986). Human Emotions: Universal or Culture-Specific? *American Anthropologist*, 88(3), 584-594. <https://doi.org/10.1525/aa.1986.88.3.02a00030>
- Wierzbicka, A. (1992). Defining emotion concepts. *Cognitive Science*, 16(4), 539–581. [https://doi.org/10.1016/0364-0213\(92\)90031-O](https://doi.org/10.1016/0364-0213(92)90031-O)
- Wierzbicka, A. (2010). The “History of Emotions” and the Future of Emotion Research. *Emotion Review*, 2(3), 269–273. <https://doi.org/10.1177/1754073910361983>
- Wright, A. L., Zammuto, R. F. & Liesch, P. W. (2017). Maintaining the Values of a Profession: Institutional Work and Moral Emotions in the Emergency Department. *Academy of Management Journal*, 60(1), 200–237. <https://doi.org/10.5465/amj.2013.0870>

**Liite 1.** Sanastoesimerkkejä korpuksen USAS-annotoinnista

**Kategoriassa E:**

**E1 yleiskategoria:** *fiilis, häpeä, ilmapiiri, intuitio, subjektiivinen, sääli, tunne, tunteellisuus*

**E2+ mieltymys:** *suosia, rakastaa, mielellään*

**E2- vastenmielisyys:** *epämiellyttävä, halveksunta, inho, paheksunta, pöyrityttävä, tymppiä*

**E3+ rauhallisuus:** *hillitty, kärsivällinen, lepo, leppoisa, malttaa, maltillinen*

**E3- väkivaltaisuus, vihaisuus:** *erimielisyys, hillitön, hyökätä, katkera, kiista, kosto, riita, viha, väkivalta, ärsyttää*

**E4.1+ onnellisuus:** *hassu, hauska, huumori, huvittava, hymyillä, ilahduttaa, ilo, iloinen, juhlia*

**E4.1- surullisuus:** *epätoivo, hävettää, itku, katua, kaivata, kiusallinen, kärsiä, murehtia, nolo, surullinen*

**E4.2+ tyytyväisyys:** *mielihyvä, miellyttää, nauttia, nautinto, tyytyä, tyytyväinen*

**E4.2- tyytymättömyys:** *harmi, harmillinen, harmittaa, pettymys, tyytymätön, vaivata*

**E5+ rohkeus:** *uskaltaa, rohkea*

**E5- pelko:** *pelko, pelätä, paniikki, jännittävä*

**E6+ huolettomuus:** *luottavainen, huoleton*

**E6- huoli:** *ahdistaa, ahdistus, arveluttaa, epäilyttää, hermostuttaa, huoli, huolestunut, jännitys, riesa, stressi*

**Muissa kategorioissa:**

**A2.2 syy/seuraus:** *hämmästyttää*

**S1.2 luonteenpiirteet:** *mustasukkainen, ujo, ylpeä, kiitollinen, avuton, ahne*

**S5 ryhmät ja kytkökset:** *yksinäisyys*

**S7.2 kunnioittaminen:** *iva, ivallisesti*

**X2.1 ajatteleva ja uskominen:** *skeptinen, epäluuloinen, luottamus*

**X2.5 ymmärtäminen:** *hämmästyä, empatia, empaattinen*

**X5.2 kiinnostuneisuus, innostuneisuus ja energisyys:** *innostunut, into, intohimo, utelias*

**X7 haluaminen, suunnitteleminen ja valitseminen:** *toiveikas*