

Matematiikkaa, metaforia ja mainetta

Tapiola-ryhmän lehdistötiedotteiden näkyvyys ja uutisointi suomalaisissa talous- ja maakuntalehdissä vuonna 2010

Pasi Lehtonen



Journalismin koulutusohjelma

<p>Tekijä Pasi Lehtonen</p>	<p>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2008</p>
<p>Raportin nimi Matematiikkaa, metaforia ja mainetta Tapiola-ryhmän lehdistötiedotteiden näkyvyys ja uutisointi suomalaisissa talous- ja maakuntalehdissä vuonna 2010</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 61+12</p>
<p>Opettajat tai ohjaajat Raisa Koivusalo</p>	
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää finanssiyhtiö Tapiolan lehdistötiedotteiden näkyvyys suomalaisissa talous- ja maakuntalehdissä vuonna 2010. Tavoitteena oli myös selvittää, käsiteltiinkö tiedotteita talous- ja maakuntalehdissä eri tavoilla. Tutkimus toteutettiin lokakuusta 2011 helmikuuhun 2012.</p> <p>Aineisto koostettiin mediaseurantapalvelu Cisionin keräämistä lehtileikkeistä. Lopulliseen aineistoon sisältyi 32 lehdistötiedotetta sekä 150 printtilehden uutista. Aineistossa ei ollut verkkouutisia. Tiedotteiden aiheet liittyivät yhtiöryhmän tuloksiin, talousennusteisiin, kuluttajatutkimuksiin, uusiin tuotteisiin, pääjohtajan merkkipäivään sekä nimitys uutisiin.</p> <p>Aineiston uutiset jaettiin kolmeen ryhmään riippuen siitä, oliko tiedotteesta lainattu uutiseen tiedotteen olennaisin viesti tai sitaatti, oliko tiedote ollut uutisen ainoa lähde, vai oliko tiedotetta käytetty lähinnä taustoittavana lähteenä. Yksi uutinen saattoi kuulua kahteen ryhmään.</p> <p>Käsittelytapojen erojen analyysia varten tutkimuksessa hyödynnettiin Chaim Perelmanin retoriikkateoriaa. Teoriassa tarkastellaan erityisesti uutisten juttutyyppejä, argumentointia, yleisöä ja esisopimusta.</p> <p>Tutkimuksen johtopäätös oli, että Tapiolan tiedotteet saivat varsin hyvin näkyvyyttä vuonna 2010. Tiedotteista lainattiin usein lukuja, eikä niiden viestejä kyseenalaistettu. Uutisten kohdeyleisö on myös hyvin eriytynyt. Asiat perustellaan luvuin ja numeroin, eikä uutisissa ole usein yleismaailmallista näkökulmaa. Uutiset puhuttelevat tiettyä lukijaa tietystä näkökulmasta. Tiedotteiden saama myönteinen tai neutraali käsittelytapa lehdissä perustuu Tapiola-ryhmän hyvään maineeseen ja onnistuneeseen viestintästrategiaan.</p>	
<p>Asiasanat ulkoinen tiedotus, mediatutkimus, talouslehdet, aluelehdet</p>	

Degree of Journalism

<p>Authors Pasi Lehtonen</p>	<p>Group or year of entry 2008</p>
<p>The title of thesis Mathematics, metaphors and reputation The coverage and reportage of Tapiola-group's press releases in Finnish business and regional newspapers in 2010</p>	<p>Number of pages and appendices 61+12</p>
<p>Supervisor(s) Raisa Koivusalo</p>	
<p>This thesis was made by commission to study media relations of the Tapiola Group. The company offers insurance, banking, savings and investment services. The main goal was to ascertain how the company's press releases were covered in Finnish business and regional newspapers. A secondary goal was to determine if there are differences in the overall coverage between business and regional newspapers. Online newspapers were not included in the study. The study was conducted between October 2011 and February 2012.</p> <p>Material was composed of press clippings provided by the media monitoring service Cision. The final material selected included 28 press releases and 150 clippings; online news was not included. The topics of these press releases related to the company's profits, economic forecasts, consumer surveys, new products, the CEO's anniversary and various appointments.</p> <p>The news was divided into three categories, depending on whether the press release's main message or quotes were borrowed and whether the press release was the only source or a background source. It was possible for one news item to be included in two groups.</p> <p>To ascertain the differences in these newspapers' coverage, Chaïm Perelman's theory of rhetoric was used in the analysis. The main focus of this theory is on the type of news, argumentation, the audience and preliminary agreement.</p> <p>The study concluded that the company's press releases were well covered in the examined newspapers in 2010. Figures were often borrowed from press releases and the messages were not generally questioned. The target audience is also very particular regarding the news. Matters are often explained by figures and numbers, where there is no consistent viewpoint. Press releases generally address a certain reader from a certain angle. The neutral or positive coverage of press releases is based on good reputation and successful communication strategy.</p>	
<p>Key words external public relations, media research, business newspapers, regional newspapers</p>	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Tapiola-yhtiöt.....	3
2.1	Tapiola-ryhmän tiedotuspalvelut.....	3
3	Lehdistötiedotteet ja tiedotteiden vaikutus journalismiin	4
3.1	Elämää mediassa.....	4
3.2	Tiedote saapuu toimitukseen	6
3.3	Rutiini- ja lanseeraava tiedottaminen	7
3.4	Tutkimusmenetelmät	9
3.5	Opinnäytetyössä käytetyt tutkimusmenetelmät.....	10
4	Aineisto ja aineiston luokittelu	12
4.1	Tapiolan tiedotteet	13
4.2	Toimituksellinen tutkimusaineisto	13
4.3	Aineiston jaottelu ja taulukointi.....	15
4.4	Käytetyt lyhenteet.....	17
5	Talouselähtien uutisoinnin analyysi	23
5.1	Uutiset, joissa tiedotteen ydinviestiä on siteerattu suoraan	26
5.2	Uutiset, joissa tiedote on ollut ainoa lähde	28
5.3	Uutiset, joissa tiedote on ollut taustalähteenä.....	30
5.3.1	Kalpala ja osakemarkkinat.....	35
5.4	Johtopäätöksiä	37
6	Maakuntalehtien uutisoinnin analyysi.....	38
6.1	Uutiset, jossa tiedotteiden ydinviestejä tai osia on siteerattu suoraan	43
6.2	Uutiset, joissa tiedotteet ovat olleet ainoa lähde	44
6.2.1	Keskipohjanmaan advertoriaali	48
6.3	Uutiset, joissa tiedotteet ovat olleet taustalähteenä.....	49
6.3.1	Koirat, Kuopio ja Kalpala	51
6.4	Johtopäätöksiä	55
7	Pohdinta	56
7.1	Yhteenveto tiedotteiden näkyvyydestä talouselhdissä vuonna 2010	56
7.2	Yhteenveto tiedotteiden näkyvyydestä maakuntalehdissä vuonna 2010.....	57

7.3	Talous- ja maakuntalehtien käsittelytapojen yhtäläisyydet ja erot.....	57
7.4	Tutkimuksen arviointi.....	59
7.5	Kehitysehdotuksia	60
	Lähteet.....	62
	Liitteet.....	64
	Liite 1. Tapiola-ryhmän lehdistötiedote 17.11.2010	64
	Liite 2: Talouselämän ja Kauppalehden uutiset 17.11.2010 julkaistun tiedotteen pohjalta	67
	Liite 3: Tiivistetyt lehdistötiedotteet talouslehdissä	68
	Liite 4: Tapiola-ryhmän lehdistötiedote 25.3.2010	69
	Liite 5: Keskipohjanmaan advertoriaali 26.3.2010	72
	Liite 6: Tapiola-ryhmän lehdistötiedote 18.5.2010	73
	Liite 7: Uutinen Asmo Kalpalan merkkipäivästä (ESS 24.5.2010)	75

1 Johdanto

Avaa lähin talouslehti tai maakuntalehden taloussivut ja silmäile juttuja. Uutisissa on usein paljon matemaattisia arvoja: lukuja, käppyröitä ja kuvioita. Talousennusteitakin julkaistaan tasaisin väliajoin. Otsikoista voi esimerkiksi lukea seuraavaa: inflaatio kiihtyy, vienti tyrehtyy, tai työttömyys nousee ennätyskorkeaksi. Nämä luvut ja ennusteet ovat harvoin lehden toimittajien selvittämiä. Ne perustuvat erilaisten organisaatioiden selvityksiin. Organisaatiot lähettävät selvitysten tulokset tiivistettyinä lehdistötiedotteina.

Median ja organisaatioiden intressit ovat tässä pelissä selvät: media haluaa uutta tietoa, kun taas organisaatiot haluavat nimeään ja agendaansa julkisuuteen ja mielellään mahdollisimman hyvässä valossa.

Uutisointi etenkin verkossa perustuu yhä enemmän tiedotteisiin. Helsingin Sanomien verkkouutista yli kolmasosa on laadittu erilaisten tiedotteiden pohjalta. Luotettavalle tiedolle on aina tilausta, mutta samalla herää huoli siitä, luovutetaanko journalistinen päätäntävalta yhä enemmän muille.

Verkossa on valttia nopeus, joten tiedotteiden, jotka ovat nopeasti saatavissa ja käsiteltävissä, käyttö on ymmärrettävää. Puutteellisia tai virheellisiä tietoja voidaan myös helposti korjata päivittämällä uutisia jälkikäteen. Ymmärrettävää ei ole sen sijaan journalistin näkökulmasta se, että verkkolehdet julkaisevat tiedotteita lähinnä säästösyistä. Luotettavan, objektiivisen mutta kriittisen tiedon tuottaminen ja välittäminen on tiedotusvälineille kallista, mutta samalla tärkein niiden kilpailuvaltti. Mikä on tiedotusvälineiden kilpailuvaltti tulevaisuudessa, jos ne ovat vain alustoja organisaatioiden tiedotteille?

Kokemusteni perusteella painettujen lehtien toimituksilla on enemmän aikaa tutkia tiedotteissa olevien tietojen oikeellisuutta. Tiedotteita voidaan myös muokata enemmän lehden omin tarpeisiin tai käyttää niitä juttujen taustoittamiseen. Painetuissa lehdissä kiristetään kuitenkin yhä enemmän vyötä, joten ei ole mitään takeita sille, ettei painettujenkin lehtien sivuista tulisi yhä enemmän tiedotteiden temmellyskenttää.

Kun sain vinkin, että vakuutus- ja finanssiyhtiö Tapiola tarvitsi tutkimustietoa siitä, miten yhtiön lehdistötiedotteet ovat näkyneet suomalaisten talous- ja maakuntalehtien uutisoinnissa, päätin ryhtyä ideoimaan aihetta opinnäytetyölle. Tämä toimeksianto antoi hyvän tilaisuuden tutkia ja analysoida, miten yksittäisen yrityksen tiedotteet näkyvät ja miten niitä hyödynnetään painetuissa lehdissä. Minua kiinnosti myös se, kuinka kriittisesti eri lehdissä tiedotteisiin suhtaudutaan. Minua askarrutti esimerkiksi se, että menevätkö tiedotteet jossakin tietyssä lehdessä läpi sellaisinaan kuten verkkolehdissä. Kehitin kaksi tutkimuskysymystä:

1. Millainen oli Tapiolan tiedotteiden näkyvyys valtakunnallisissa talous- ja maakuntalehdissä vuonna 2010?

2. Mitkä ovat lehdistötiedotteiden käsittelytapojen erot talous- ja maakuntalehdissä?

Toimeksiantaja ehdotti, että aineistoon kuuluisi suomalaisia talous- ja maakuntalehtien painettuja versioita. Tutkimuskysymyksiin haetaan vastausta aineistosta, joka koostuu 32 lehdistötiedotteesta sekä 150 uutisesta.

Aineiston keräämisessä ja tutkimuksen toteuttamisessa auttoivat Tapiola-ryhmän informaattikko Jari Karjalainen ja HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun lehtori Raisa Koivusalo. Kiitos heille lähdevinkeistä, neuvoista ja kannustuksesta. Kiitos myös Tapiola-ryhmän viestintäjohtaja Jyrki Antikaiselle avusta, kommentteista ja lähdemateriaalista.

2 Tapiola-yhtiöt

Vuonna 1982 perustettu Tapiola-ryhmä on vakuutuksenottajien omistama finanssitalo, joka tarjoaa asiakkailleen vakuutus-, pankki- ja sijoituspalveluja. Palveluita kehitetään ja tuotetaan Tapiola-ryhmän yhtiöiden yhteistyönä yksityistalouksille, yrityksille, suurasiakkaille ja yhteisöille. Tapiola-ryhmän yhtiöiden liikevaihto oli vuonna 2010 yhteensä noin 1,4 miljardia euroa. (Tapiolan vuosiraportti 2010.)

Yhtiöryhmään kuuluvat vakuutusyhtiöt Keskinäinen Vakuutusyhtiö Tapiola, Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Tapiola ja Keskinäinen Henkivakuutusyhtiö Tapiola. Lisäksi yhtiöryhmään kuuluvat pääasiassa henkilöasiakkaita palveleva Tapiola Pankki Oy, Tapiola-pankin tytäryhtiö Tapiola Varainhoito Oy, sekä kiinteistösijoitus- ja kiinteistöjohtamispalveluja tuottava Kiinteistö-Tapiola Oy. Yhtiöiden kotipaikka on Espoo ja yhtiöryhmän johtaja on Asmo Kalpala. (Tapiola-ryhmä 2011.)

2.1 Tapiola-ryhmän tiedotuspalvelut

Tapiola-ryhmän tiedotuspalveluyksikön perustehtävä on tukea organisaatiota ja liiketoimintaa viestinnän keinoin sekä rakentaa, hallita ja analysoida Tapiolan yrityskuvaa ja mainetta. Aktiivisuus ja selkeäkielisyys tiedottamisessa vahvistavat Tapiolan yhtenäisyyttä, erottavat Tapiolan kilpailijoista ja vahvistavat asiakaslojaliteettia. Tämä luo perustan koko toiminnalle. Tapiolan viestinnän tavoite on olla toimialan riippumaton asiantuntija sekä sidosryhmilleen reilu ja läheinen kumppani. (Tapiolan viestintästrategia 2010–2012.)

Tiedotteiden tarkoituksena on lisätä Tapiolan tunnettuutta, julkistaa toiminnan tuloksia ja esimerkiksi tuote- ja palvelutietoa. Tapiola-ryhmässä lehdistötiedotteet laatii kukin tiedottaja omalta vastuualueeltaan yhteistyössä liiketoiminnan johdon tai asiantuntijan kanssa. Joskus tiedotetta on mukana laatimassa sekä johtaja että asiantuntija. Tiedotteen julkistamisen jälkeen lisätietojen antaja varaa aikaa median tiedusteluihin ja vastuutiedottaja on varautunut palvelemaan mediaa. Maakuntalehtiä varten Tapiola käyttää paikallisia viestintätoimistoja, jotka paikallisjohtajan kanssa toteuttavat yhteistyössä alueellisen version tulostiedotteesta. (Antikainen, J. 17.2.2012)

3 Lehdistötiedotteet ja tiedotteiden vaikutus journalismiin

Tässä luvussa kerron yritysten ja median välisistä vuorovaikutussuhteista ja lainalaisuuksista. Lehdistötiedotteen läpimenoon ja näkyvyyteen talous- ja maakuntalehdissä vaikuttavat monet erilaiset tekijät, joita erittelen seuraavissa alaluvuissa.

3.1 Elämää mediassa

Organisaation ja ympäristön tarpeet ja odotukset eivät aina kohtaa. Organisaatio ei ole välttämättä halukas kertomaan asioista, joista ympäristö olisi kiinnostunut. Toisaalta organisaatio haluaa kertoa asioista, joihin kukaan ei halua tarttua. (Juholin 2006, 17.)

Media on yleistynyt nimitys joukkoviestimille, joihin kuuluvat niin sanoma- ja aikakauslehdet, niiden verkkoversiot kuin radio, televisio, kirjat, elokuvat ja muut tallenteet. (Juholin 2005, 230.)

Kun puhun opinnäytetyössäni mediasta, tarkoitan erityisesti tutkimukseeni kuuluvia maakunta- ja talouslehtiä. Televisio- ja radiouutiset eivät kuulu tutkimukseeni aineistoon, koska aineistoa olisi vaikea kerätä ja analysoida jälkeenpäin.

Kantorin (2007, 15) mukaan tiedotus on tasapuolista ja riittävää tiedon jakamista useimmiten kaikille kohderyhmän jäsenille. Yrityksen viestintä on myös paljon muuta kuin lehdistölle tiedottamista. Lehdistötiedotteiden laatiminen ja lähettäminen on osa *yhteisöviestintää*. Tässä opinnäytetyössä on hyvä puhua *yritysviestinnästä*, koska Tapiola on yksityisen sektorin organisaatio. (Juholin 2006, 17.) Keskityn tutkimuksessani lehdistötiedottamiseen.

Ulkoinen viestintä voi auttaa yritystä saavuttamaan strategisia päämääriä, kun se on suunniteltua. ”Tikusta asiaa”-asenne voi kääntyä yritystä vastaan. Tiedotusvälineen uutiskynnyks voi tällöin nousta, ja yritys ei saa tärkeitä viestejäkään läpi. Jokaisella lehdistötiedotteella tulisi olla selkeä sanoma ja merkitys kohderyhmälle. (Kantor 2007, 21.)

Åberg (2000,157) lisää myös, että ulkoisen tiedotuksen suurimmat ongelmat aiheutuvat siitä, että lehdistötiedotetta kirjoittaessaan tiedottaja joutuu ottamaan huomioon niin toimittajat kuin sen kohderyhmän, jolle viesti halutaan välittää.

Tiedote, tiedottamisen yksi perustyökaluista, lähetetään medialle silloin, kun jokin asia selviää kokonaisuudessaan tiedotteen avulla. Tiedote on yrityksen uutisoiva työkalu. Lehdistötiedote tehdään, kun asia on niin merkittävä, että se ylittää uutiskynnyksen. Lehdistötiedote on mainio tapa välittää tietoa, kun asia on merkittävä. (Kantor 2007, 44.)

Juholinin (2005, 244) mukaan tiedotteen kolme tärkeintä ominaisuutta ovat:

- Uutisarvo ja sisältö: uutisarvo on riittävä ja tiedotettava asia on itsessään tärkeä.
- Rakenne: olennaisin sisältö on heti selvillä otsikossa ja ensimmäisessä kappaleessa.
- Kieli: teksti on selkeää ja ymmärrettävää.

Kantor (2007, 44) mainitsee myös viiden m:n ja yhden k:n säännön. Tiedotteen on vastattava kysymyksiin mitä, missä, miten, milloin ja miksi. On hyvä myös tietää kuka. Tämä sääntö pätee myös journalistisiin teksteihin. Jos jokin tai jotkin näistä määreistä jäävät puuttumaan, lukijat voivat hämmentyä. Esimerkiksi: kuka teki ja milloin?

Yritykset lähettävät tiedotteet toimittajien sähköpostiin tai matkapuhelimiin. Toimittajat voivat myös hakea tiedotteita suoraan yritysten verkkosivuilta. He pitävät tärkeänä, että yritysten verkkosivut ovat ajan tasalla ja niitä päivitetään riittävän usein. Ajankohtaistiedotteiden postittamisesta ja fakseista luovuttiin 2000-luvun puolivälin jälkeen. Myös niin sanotusta A4-säännöstä on luovuttu. Sääntö tarkoittaa sitä, että lehdistötiedotteen pituus ei saisi ylittää yhtä A4-arkkia. Sähköpostissa merkkimäärä on tärkeämpi kuin paperin koko. (Kantor 2007, 45; Juholin 2006, 245.)

Olennaisinta lehdistötiedotteen laatimisessa on taito ymmärtää, minkä asian kertominen tuo iloa ja hyötyä sen vastaanottajalle. Tiedotteen viestin voi laatia monella tavalla, mutta paras keino lienee läpinäkyvä ja avoin kerronta. (Kantor 2007, 46)

3.2 Tiedote saapuu toimitukseen

”Meidän mielestämme on hyvä, että asioista tiedotetaan. Toimitus katsoo, milloin tiedotteessa kerrottu asia täyttää uutiskriteerit. Jokainen verkon seuraaja voi päätellä, kirjoittammeko relevanteista aiheista.”, Helsingin Sanomien kustantaja ja vastaava päätoimittaja Mikael Pentikäinen sanoo Journalistin haastattelussa. (Aro 22/2011, 4)

Yritykset ja tiedotusvälineet elävät symbioosissa. Tiedotusvälineet tarjoavat alustan ja yleisön yritysten viestinnälle ja viesteille. Yritysten ja muiden organisaatioiden lähettämät tiedotteet ovat tiedotusvälineille helppo ja nopea tapa luoda uutisvirtaa niin verkkoon kuin painettuihin lehtiinkin.

Uutisteollisuus ei nykyisessä muodossaan pärjäisi ilman organisoitua tiedotustoimintaa. Yritysten tiedotustoiminta vähentää tiedotusvälineiden omia tiedon hankkimiskustannuksia. Kun toimitukset tekevät töitä pienillä resursseilla ja kireällä aikataululla, ne joutuvat turvautumaan organisaation tarjoamiin lähteisiin ja informaatioon. (Juholin & Kuutti 2003, 18.)

On arvioitu, että jopa 70 prosenttia median julkaisemasta aineistosta on peräisin toimitusten ulkopuolisilta toimijoilta. Tietoa tuottavat yritykset, julkishallinto, etujärjestöt, kansalaisjärjestöt ja yksityiset kansalaiset. Lopusta uutistuotannosta vastaavat omat toimittajat ja toimitusten avustajat tai uutistoimistot. Tietoa tulvii mediaan joka tapauksessa liikaa niiden tarpeisiin nähden. Vain murto-osa kaikesta tiedosta julkaistaan missään muodossa. (Juholin 2006, 241)

Yrityksen välittämät tiedotteet joko julkaistaan sellaisenaan tai aiheeseen tartutaan muuten. Tiedote voidaan myös todeta kokonaisuudessaan tai joiltain osin kiinnostavaksi ja se jätetään odottamaan tai taustatiedoksi. Aihe voidaan hylätä myös kokonaan. (Juholin 2006, 241- 242.)

Jotta tiedote pääsisi lehtien sivuille, sen on ylitettävä uutiskynnys. Åbergin (2000,157.) mukaan henkilö tai henkilöryhmä, joka huomaa ja tulkitsee uutisaiheen on portinvartija. Portinvartija on huomannut joko itse tapahtuman tai kuvauksen siitä ja valitsee lähete-täänkö siitä edelleen kaikki, osia tai ei mitään. Tiedotusvälineeseen liittyvät tekijät, toi-mituskäytäntöihin liittyvät tekijät ja uutiskriteerit vaikuttavat tiedotteen läpimeno-

Etenkin päivälehdet pitävät tärkeänä, että uutisointi keskittyy niin sanottuun *hyötyjourna-lismiin*, eli lukijaa lähellä oleviin asioihin. Toimittajat yrittävät etsiä vastauksia esimerkik-si siihen, miten esimerkiksi talouselämän ja politiikan päätökset vaikuttavat lukijan omaan talous- ja elämäntilanteeseen. Nykyajan talousjournalismille onkin suuri haaste löytää ja ymmärtää talouden riippuvuussuhteet sekä syy- ja seuraussuhteet. Toiminta-edellytysten ymmärtäminen koetaan myös haasteelliseksi. (Huovila 2003, 206.)

Aulan ja Heinosen (2011, 169.) mukaan talouslehtien juttuja pidetään luotettavina, mut-ta median luotettavuus on kokonaisuudessaan vähentynyt. Edelmanin vuonna 2010 teettämän tutkimuksen mukaan asiantuntijoiden tai talous- ja toimiala-analyttikoiden antamaa tietoa yrityksestä pidetään kaikkein luotettavimpana. Kohderyhmässä oli 25–64-vuotiaita 20 eri maasta.

Opinnäytetyön aiheessa on myös hyvä huomioida, että media on kotiseeturakas. Se saa taloudelliset edellytyksensä omalta levikkialueeltaan. Levikkialueen taloudellinen menes-tyminen vaikuttaa myös median taloudelliseen menestymiseen. Näin ollen media ei välttämättä halua käsitellä asioita, jotka heikentäisivät tai vaarantaisivat paikallista ”yh-teisöhenkeä.” (Juholin & Kuutti 2003, 23.)

3.3 Rutiini- ja lanseeraava tiedottaminen

Lainsäädäntö, yleinen käytäntö tai poikkeuksellinen kiinnostavuus voivat velvoittaa yritystä tiedottamiseen. Joskus yritykset tiedottavat kaiken varalta, vaikka tiedetään, että medialla ei saata olla tiedotettavaa asiaa kohtaan juurikaan kiinnostusta. Tyypillisiä ru-tiinitiedottamisen aiheita ovat merkittävät päätökset tai suunnitelmat, toiminnan muu-tokset, uudet hankkeet, henkilöstö- ja organisaatiomuutokset, toiminnan tulokset, en-nusteet, taloudellinen tilanne ja taloudelliset näkymät. (Juholin & Kuutti 2003, 54)

Oleellista tällaiselle tiedottamiselle on liittää asia ympäristöön ja kehitykseen luvuilla ja suhdeluvuilla. Asian voi yhdistää myös laajempaan asiayhteyteen, kuten toimialaan tai maantieteelliseen ympäristöön. Rutinitiedottaminen on prosessina yksisuuntainen. Palaute voi jäädä medialta ja yleisöltä vähäiseksi ja aihe ei välttämättä nouse yleiseen keskusteluun. (Juholin & Kuutti 2003, 54)

Jos yrityksellä on jotakin erityistä tavallisuudesta poikkeavaa tiedotettavaa, se saa lanseerauksen luonteen. Lanseeraus vaatii yritykseltä enemmän resursseja kuin rutiniuutisointi, joten niitä ei voi olla yhtä usein. Lanseerauksella tavoitellaan muutoksia vastaanottajien suhtautumisissa ja asenteissa. Esimerkiksi yrityskauppa tai -fuusio, uuden yrityksen perustaminen, strategian muutos, merkittävä henkilönimitys, innovaatio tai tuoteuutuus voi olla lanseerauksen sisältönä. Lanseeraava tiedottaminen on melkein kuin markkinointia. Erona on kuitenkin se, että markkinointi pyrkii luomaan myynnin edellytyksiä kun taas lanseerauksen tavoitteena on herättää huomiota vahvalla näkyvyydellä julkisuudessa. (Juholin & Kuutti, 2003, 55.)

Uutislanseeraus vaatii yritykseltä taitoa herättää median kiinnostus. Aiheen pitää olla oleellinen ja tärkeä sekä tunteita herättävä. Lanseerauksen on oltava myös riittävän erilainen, vastakkain asetteleva ja muutosta hakeva. Muutosta on pystyttävä perustelevaan faktoilla, tilastoilla, mielipiteillä ja näkemyksillä. Aina tiedotteen eriytymistä rutiniiniksi tai lanseeraukseksi ei voi ennustaa. Lanseeraus uutinen voi kuihtua rutiniuutiseksi kun taas rutiniuutisesta voi syntyä jymyjuttu. Sattuma, tilanne tai yrityksen oma toiminta vaikuttavat millaisen huomion tiedote saa. Rutinitiedotteesta voi syntyä toimittajan oma skuuppi, jos yritys on esimerkiksi rakentanut huonosti tai sekavasti tilinpäätöstiedotteensa, jossa huonot uutiset on piilotettu tiedotteen loppuun. (Juholin & Kuutti 2003, 57.)

3.4 Tutkimusmenetelmät

Alasuutarin (2001, 82) mukaan tutkimusmenetelmiä tarvitaan erottamaan aineistossa olevat havainnot tutkimustuloksista. Luvussa 4 esitetyt taulukot kertovat vain, missä ja miltä osin aineiston uutisissa Tapiolan lehdistötiedotteita on käytetty. Ainoastaan näiden tulosten perusteella ei voida esimerkiksi arvioida, mikä on uutisen keskeinen viesti, miten viesti perustellaan, kenelle uutiset on tarkoitettu ja millaiseen kontekstiin tiedotteiden sisältö on liitetty. Siksi tarvitsen yksityiskohtaisempia tutkimusmenetelmiä.

Sovellan tutkimuksessani filosofi ja oikeustieteilijä Chaïm Perelmanin (1912–1984) retoriikkateoriaa. Hän pyrki kehittämään järjestelmällisen retoriikan eli puhetaidon tutkimuksen metodin. Perelmania kiinnosti, kuinka arvopäätelmiä voisi arvioida rationaalisesti. Toisin sanoen, millä perusteella jokin on esimerkiksi oikeudenmukaista, hyvää tai huonoa. Hän erottelee *demonstraatio*n ja *argumentoinnin* käsitteet. Demonstraatio on kieleltään muodollista päättelyä, jonka tulokset ovat johdettavissa suoraan lähtökohdista ja näin ollen etukäteen tiedossa. Esimerkiksi matematiikassa käytetään erityisiä ehdottomia merkintätapoja, kuten kaavoja, tulosten esittämiseen. Argumentointi perustuu sen sijaan todennäköisyyksiin. Argumentointi etenee epävarmasta varmaan ja uskomuksesta totuuteen ja päinvastoin. Eteneminen tapahtuu ajasta ja paikasta riippuvien todistusvoimaisten *premissien* eli perusteiden kautta. (Koistinen 1999, teoksessa Kantola ym. 1999, 42; Pienehkö sivistyssanakirja 2012.)

Koistisen (1999, teoksessa Kantola ym. 1999, 43) mukaan Perelmanin teoriaa voidaan tulkita sekä *deskriptiona* että *preskriptiona*. Deskriptio tarkoittaa sitä, miten argumentoidaan, eli perustellaan, kun taas preskriptio tarkoittaa sitä, miten kannattaisi argumentoida.

Sovellan tässä tutkimuksessa Koistisen (1999, teoksessa Kantola ym. 1999, 43) kirjoitusta, jossa korostuu deskriptiivinen ja analyttinen näkökulma retoriikkaan. Tällä teorialla haetaan vastausta erityisesti toiseen tutkimuskysymykseen: mitkä ovat (tiedotteiden) käsittelytapojen erot talous- ja sanomalehdissä, tai yksityiskohtaisemmin: miten talousjournalistinen retoriikka eroaa maakuntalehtien journalistisesta retoriikasta? Keskityn analysoimaan uutisten sisältöä, en tutki tiedotteiden retoriikkaa.

3.5 Opinnäytetyössä käytetyt tutkimusmenetelmät

Perelmanin retoriikkateoria keskittyy kolmeen osa-alueeseen: argumentointiin, yleisöön ja esisopimukseen. Tutkin näitä kolmea aineiston pohjalta. Hyödynnän myös Koistisen (1999,51) juttutyypin luokittelua. **Kovan uutisen** sisältöä ovat tärkeät ja yleisesti merkittävät asiat. Tällaisessa uutisessa asioista puhutaan niiden oikeilla nimillä. Kieli on aktiivista, tiivistä ja konkreettista. Nurin käännetty pyramidi kuvaa hyvin kovan uutisen rakennetta. Tärkeimmät asiat kerrotaan ensin. Kappaleet ovat tiiviitä ja yhtenäisiä. Kerronta on tietävää suhteessa tapahtumiin ja näkymätöntä suhteessa kerrontaan.

Uutinen sisältää kovan uutisen piirteet, mutta se ei ole yhtä tietävä kertomansa asian suhteen. Jutuissa on usein useampi näkökulma, ja aiheista voidaan esittää vaihtoehtoisia tulkintoja.

Argumentointi jaetaan yleensä kahteen erilaiseen prosessiin. Argumentointi voi edetä *assosiatiivisesti* tai *dissosiatiivisesti*. Ensimmäisessä prosessissa argumentoija liittyy yhteen erilaisia elementtejä. Jälkimmäinen prosessi on assosiatiivisuuden vastakohta. Assosiatiivinen argumentointi voidaan jakaa kolmeen osaan: kvasiloogiseen, todellisuuden rakenteeseen vetoavaan ja todellisuuden rakennetta muokkaavaan argumenttiin. (Koistinen 1999, teoksessa Kantola ym. 1999, 43.)

Kvasiloogisessa todistelussa argumentti on koostunut keinotekoisesti luoduista, esimerkiksi matemaattisia arvoja muistuttavista elementeistä. Kvantifioitavuus on tyypillistä tällaiselle argumentoinnille. Se etenee tavalla, minkä Perelman määrittelee demonstraatioksi. (Koistinen 1999, teoksessa Kantola ym. 1999, 43.)

Todellisuuden rakenteeseen vetoavan argumentin vaikuttavuus perustuu siihen, että se on jonkinlaisessa suhteessa jo todetun faktan kanssa. Tällaisia suhteita on kaksi: *kausallinen* tai *rinnakkainen*. Kausallinen argumentointi perustuu yleensä syy-seuraussuhteisiin. Rinnakkaisessa argumentoinnissa voidaan esimerkiksi yhdistää henkilöä ja hänen tekojaan (Koistinen 1999, teoksessa Kantola ym. 1999, 45.)

Todellisuuden rakennetta muokkaava argumentti etenee *analogian* tai erityistapauksen kautta. Erityistapaus voi olla malli tai esimerkki jostakin yleisestä normista. Analogiassa argumenttia tuetaan jonkin toisen todellisuuden rakenteen avulla. Tämä arvolatauma siirretään argumentin teeman alueelle. Konkreettisesti analogia tarkoittaa sitä, että monimutkaista asiaa voidaan selittää rinnastamalla niitä tutumpiin ja yksinkertaisempiin asioihin. (Koistinen 1999, teoksessa Kantola ym. 1999, 45; Pienehkö sivistyssanakirja 2012)

Koistisen (1999,45) mukaan *metafora* on myös yksi analogian ilmenemismuoto. Perelman kutsuu alkuperänsä menettänyttä ja uuteen ympäristöön vakiintunutta metaforaa uinuvaksi metaforaksi. Metaforalla tarkoitetaan vertauksesta syntynyttä tai sellaista ilmaisevaa kielikuvaa. (Koistinen 1999, teoksessa Kantola ym. 1999, 45; Pienehkö sivistyssanakirja 2012)

Dissosiatiiivinen rakenne erottaa toisistaan osia, joita kielessä pidetään ehdottomina. Tällainen tekniikka on Perelmanin mukaan ominaista altavastaajan asemassa olevalle argumentoijalle. Sen tarkoituksena hahmottaa todellisuutta uudelleen. Yleensä dissosiaatio etenee käsiteparin kautta, mikä pohjautuu filosofiaan. Näissä käsitepareissa on asetettu vastakkain seikan todellinen luonne ja sen näennäinen ilmenemismuoto. (Koistinen 1999, teoksessa Kantola ym. 1999, 46; Pienehkö sivistyssanakirja 2012)

Perelmanin mukaan argumentoinnin suhde **yleisöön** tekee eron argumentoinnin suhteeseen esimerkiksi pohdiskeluun. Argumentoinnin luonteen ja etenemisen määrittää yleisö. ”Argumentointi tähtää yhteisymmärryksen saavuttamiseen ja tästä syystä se edellyttää henkistä kontaktia.” Yleisö on argumentoijan rakentama kohde eikä sen tarvitse olla olemassa. Yleisön keskeinen merkitys on seurausta näkemyksestä, jonka mukaan jostakin asiasta tulee totuus vain siten, että jokin yleisö hyväksyy sen tosiasiksi ja sitoutuu sen luotettavuuteen. (Koistinen 1999, teoksessa Kantola ym. 1999, 47)

Yleisön voi Perelmanin mukaan jakaa kahteen tyyppiin: **universaaliin** ja osa- eli **partikulaariin** yleisöön. Universaaliyleisö tarkoittaa kaikkien normaalien ja arvostelukykyisten ihmisten muodostamaa kokonaisuutta. Osayleisö merkitsee kuulijoiden joukkoa, joka on rajautunut ajallisesti, tilallisesti tai jonkin periaatteen pohjalta. Universaaliylei-

sön käsite on saanut paljon kritiikkiä, mutta se voidaan tässä tapauksessa unohtaa. Journalismissa puhutaan ”Pihtiputaan mummosta”, joka muistuttaa universaaliyleisöä. Asiat on esitettävä niin yksinkertaisesti ja selkeästi, että jokainen mummo ja vaari ymmärtävät, mistä on kysymys. (Koistinen 1999, teoksessa Kantola ym. 1999, 47)

Esisopimus määrittää argumentoijan ja yleisökonstruktion välisen yhteisyyden alueen, josta myös argumentin vaikuttavuus syntyy. Toisin sanoen, mihin sanottu yhdistetään tai liitetään. Se on yleensä annettuna otettava itsestään selvä tosiasia. Esisopimukset reaalisuudesta koskevat sitä, mitä pidetään totena, todennäköisenä ja normaalina. Nämä ovat siis sopimuksenvaraisia, argumentoinnin kautta sellaisiksi määriteltyjä ja edelleen määriteltävissä olevia asioita. (Koistinen 1999, teoksessa Kantola ym. 1999, 48)

Koistisen mukaan (1999, teoksessa Kantola ym. 1999, 48) Esisopimuksessa arvostamisesta määrittävät arvot, arvohierarkiat ja niiden oikeuttamisen periaatteet. Perelmanin mukaan esisopimukset reaalisuudesta suhteutetaan yleensä universaaliyleisöön ja esisopimukset arvostamisesta osayleisöön. Arvostamisen yleisiä perusteita *lokukseen* käsitteellä. Suomennettuna tämä voi tarkoittaa esimerkiksi ”yhteismaata” puhujan ja kuulijan välillä, toisin sanoen aluetta, josta ei tarvitse neuvotella. Yhteismaan perusr ryhmät ovat kvantitatiivinen (määrällinen) ja kvalitatiivinen (laadullinen).

Kun puhutaan määrällisistä perusteista, puhutaan kvantitatiivisesta lokuksesta. Tällöin arvon ratkaisee määrä. Perusteena voi olla muun muassa raha tai maalaisjärki, yleensä jokin itsestäänselvyys. Näin ollen määrällinen perustelu merkitsee myös normaalin asettamista normiksi ja epätavallisen arvottomuutta. Kvalitatiivisessa lokuksessa vedotaan asioiden ainutkertaisuuteen niiden oikeuttamisen perusteina. Laatu voittaa määrän. Perelman toteaa, että ainutlaatuisen puolesta vedotaan useimmiten kun normaali pyritään kyseenalaistamaan., silloin kun vallitseviin itsestäänselvyyksiin vaaditaan muutosta. (Koistinen 1999, teoksessa Kantola ym. 1999, 48)

4 Aineisto ja aineiston luokittelu

Tutkimukseni aineistoon kuuluvat Cisionin keräämät lehtileikkeet sekä 32 Tapiolan julkaisemaa lehdistötiedotetta vuodelta 2010. Cision on ruotsalainen yritys, joka on eri-

koistunut medianäkyvyyden hallintaan, mediatietoon ja viestintäpalveluihin. Tapiola julkaisi kaikkiaan 75 lehdistötiedotetta vuonna 2010. Tapiola on ulkoistanut mediaseurantaansa Cisionille. Kaiken kaikkiaan Tapiolasta oli 1245 osumaa painetuissa lehdissä, radiossa sekä televisiossa vuonna 2010. Tästä materiaalista keräsin aineiston, jota erittelen seuraavassa alaluvuissa.

Miles ja Huberman (1994 teoksessa Tuomi & Sarajärvi 2009, 108) esittävät, että aineistolähtöiseen laadulliseen analyysiin kuuluu karkeasti kolme eri prosessia: 1) redusointi eli pelkistäminen 2) klusterointi eli ryhmittely 3) abstrahointi eli teoreettisten käsitteiden luominen. Aloitin analysoimisen pelkistämällä aineiston tutkimuskysymyksiin sopiviksi. Sen jälkeen loin kolme ryhmää niillä perusteilla, miten tiedotteita oli uutisissa hyödynnetty. Lopuksi tutkin erilaisia metodeja, joita voisin hyödyntää sisällönanalyysissa.

4.1 Tapiolan tiedotteet

Lehdistötiedotteet on numeroitu yhdestä kolmeenkymmeneenkahteen. Vuoden ensimmäinen tiedote on merkitty symbolilla *T1*, seuraava *T2*, ja niin edelleen. Aineistossa on niin rutiini- kuin lanseeraavia tiedotteita. Sisällön perusteella 32 lehdistötiedotteesta 19 on rutiinitiedotteita. Lanseeraavia lehdistötiedotteita on kahdeksan kappaletta. Palkintoihin ja palkitsemisiin liittyviä tiedotteita voinee pitää sekä rutiini- että lanseeraavina tiedotteina. Vaikka kyseessä olisi säännöllisesti järjestettävät kilpailut, tällaisilla tiedotteilla halutaan näkyvyyttä. Tapiola yrityksenä ei ole näissä tiedotteissa valokeilassa, mutta yrityksen jakamat ja saamat palkinnot herättävät myönteistä huomiota. Tällaisia tiedotteita on aineistossa neljä kappaletta.

4.2 Toimituksellinen tutkimusaineisto

Radio- ja televisiouutisten ottaminen mukaan aineistoon on käytännön kannalta vaikeaa, joten olen rajannut aineiston painettuihin lehtiin. Verkkouutisista oli saatavilla vain otsikot, joten rajasin verkkouutiset kokonaan pois aineistosta. Toimeksiantajan toiveena oli, että analysoisin niitä lehtiä, joissa Tapiolan lehdistötiedotteet oli saanut eniten näkyvyyttä. Aineistoon kuuluvat viisi valtakunnallista talouslehteä, sekä kahdeksan maakuntalehteä.

Aloitin aineiston kokoamisen erottelemalla aineistosta kaikki tutkimukseen kuuluvien lehtien uutiset. Aineisto oli järjestetty kuukausikohtaisesti tammikuusta joulukuuhun. Uutisia oli 504 kappaletta. Tästä aineistosta lähdin erittelemään uutisia, jotka on julkaistu Tapiolan lehdistötiedotteiden pohjalta. Vertailin tiedotteiden ja uutisten otsikoita ja otin uutisen mukaan aineistoon, mikäli otsikot olivat samankaltaisia, tai otsikot sisälsivät samoja teemoja, esimerkiksi *ps-tili*, tai *ps-säästäminen*. Sain aineistoon 171 uutista. Selasin aineiston vielä kertaalleen läpi ja poistin aineistosta uutisnostot, äläykset ja katkelmat, jotka eivät ole varsinaisia uutisia.

Otin aineistoon mukaan pääkirjoitukset ja kolumnit, mikäli niissä viitattiin suoraan Tapiolan lehdistötiedotteissa oleviin uutisiin. Aineistoon kuului 167 uutista. Kun olin käynyt koko aineiston uutinen kerrallaan läpi, jätin aineistosta pois sellaiset uutiset, joissa ei ollut selkeitä lainauksia tai katkelmia Tapiolan lehdistötiedotteista. Lopullinen aineistoon 150 uutista ja 32 tiedotetta.

Maantieteellisesti ajateltuna aineiston lehdet kattavat koko Suomen Lappia lukuun ottamatta. Kaikkien aineiston talouslehtien kotipaikka on Helsinki. Juttujen pituus aineistossa vaihtelee lyhyistä sähkeistä aukeamien kokoisiin artikkeleihin. Olen merkinnyt taulukoihin tiedotteiden ja uutisten ilmestymispäivämäärät. Päivämäärämerkinnät ovat taulukoissa sen vuoksi, että ne helpottivat taulukoiden järjestämistä.

Tiedotteet on ryhmitelty siten, että uusien tiedote on taulukossa ylimmäisenä ja vanhin alimmaisena (taulukko 1). Uutiset on ryhmitelty samalla tavalla. Lisäksi uutiset on ryhmitelty lehdittään. Ensimmäisessä taulukossa (taulukko 2) ovat talouslehdet ja seuraavassa taulukossa maakuntalehdet (taulukko 3). Uutiset ovat aikajärjestyksessä samalla periaatteella kuin tiedotteet.

Tutkimuksessa ovat mukana seuraavat aineistot:

1. Tapiola-ryhmän lehdistötiedotteet (32 kappaletta)
2. Kauppalehden uutiset (26 kappaletta)
3. Talouselämän uutiset (15 kappaletta)
4. Maaseudun Tulevaisuuden uutiset (17 kappaletta)
5. Taloustaidon uutiset (3 kappaletta)
6. Arvopaperin uutiset (3 kappaletta)
7. Helsingin Sanomien uutiset (12 kappaletta)
8. Aamulehden uutiset (8 kappaletta)
9. Turun Sanomien uutiset (13 kappaletta)
10. Kalevan uutiset (9 kappaletta)
11. Etelä-Suomen Sanomien uutiset (6 kappaletta)
12. Savon Sanomien uutiset (12 kappaletta)
13. Keski-suomalaisen uutiset (8 kappaletta)
14. Karjalaisen uutiset (7 kappaletta)
15. Pohjalaisen uutiset (6 kappaletta)
16. Keskipohjanmaan uutiset (5 kappaletta)

4.3 Aineiston jaottelu ja taulukointi

Lehtien uutisointi on jaoteltu seuraavasti:

1. Jutut, joissa tiedotteen ydinviesti on mennyt läpi sellaisenaan, tai tiedotteen lukuja tai sitaatteja on siteerattu suoraan
2. Jutut, joissa tiedote on ollut ainoa lähde
3. Jutut, joissa tiedotetta on käytetty taustalähteenä

Ryhmään 1, 2 ja 3 kuuluvista jutuista etsitään vastausta ensimmäiseen tutkimuskysymykseen: Millainen oli Tapiolan lehdistötiedotteiden näkyvyys valtakunnallisissa talouslehdissä ja maakuntalehdissä vuonna 2010?

Ryhmään 1 kuuluvat uutiset, joissa tiedotteen ydinviesti on mennyt läpi, vaikka uutisissa olisikin muita lähteitä. Ydinviesti tarkoittaa sitä tekstiä, mikä on sijoitettu tiedotteen alkuun ja missä on tiedotteen tärkein sisältö. Ydinviestiksi on määritelty tässä opinnäytetyössä tiedotteen otsikko, ingressi ja ensimmäinen kappale. Jutuissa olevat suorat lainaukset, jotka on kopioitu tiedotteiden sitaateista tai tunnusluvuista, kuuluvat myös tähän ryhmään.

Ryhmään 2 kuuluvat uutiset, joissa tiedote on ollut ainoa lähde. Uutisessa ei ole käytetty muita lähteitä. Tiedote on mennyt läpi sellaisenaan tai tiivistettynä.

Ryhmään 3 kuuluvat uutiset, joissa tiedotetta tai tiedotteita on käytetty taustalähteenä. Toimittaja on saattanut poimia tiedotteesta esimerkiksi tunnuslukuja, mutta jutussa ei ole suoria lainauksia tiedotteesta, eikä ydinviesti ole mennyt läpi. Toimittaja on voinut myös hankkia kommentteja lisätietojen antajilta tai muilta haastateltavilta. Ryhmän 3 uutisissa on myös käytetty muita kuin Tapiolan lähteitä.

Ryhmät on luotu siten, että yksi uutinen ei voi kuulua kaikkiin kolmeen ryhmään. Oletuksena on, että ainoa lähde ei voi olla samanaikaisesti taustoittava lähde.

4.4 Käytetyt lyhenteet

Opinnäytetyössä ja aineistossa on käytetty alla olevia lyhenteitä:

- AP:** Arvopaperi (talouslehti)
- AL:** Aamulehti (maakuntalehti)
- ESS:** Etelä-Suomen Sanomat (maakuntalehti)
- HS:** Helsingin Sanomat (maakuntalehti)
- KVA:** Kaleva (maakuntalehti)
- KL:** Kauppalehti (talouslehti)
- KP:** Keskipohjanmaa (maakuntalehti)
- TE:** Talouselämä (talouslehti)
- KRJL:** Karjalainen (maakuntalehti)
- KSML:** Keskisuomalainen (maakuntalehti)
- MT:** Maaseudun Tulevaisuus (talouslehti)
- PL:** Pohjalainen (maakuntalehti)
- SS:** Savon Sanomat (maakuntalehti)
- TS:** Turun Sanomat (maakuntalehti)
- TT:** Taloustaito (talouslehti)

Taulukko 1: Tapiolan lehdistötiedotteet

Otsikko	Tiedote
Tapiola Pankin suhdannekatsaus: Suomen kasvunäkymät kohtalaisen hyvät (15.12.2010)	T32
Vuonna 2010 palkitaan neljätoista sankarikoiraa (24.11.2010)	T31
Timo Vesala palaa ekonomistiksi Tapiola Varainhoitoon (24.11.2010)	T30
Tapiolan pääkonttorista Vuoden Teräsrakenne 2010 (23.11.2010)	T29
Tapiola aloittaa täyden palvelun arvopaperivälitystoiminnon (17.11.2010)	T28
Tapiolan Sijoitustalletus Suomi Tiikerit hakee tuottoa kehittyvien markkinoiden kasvusta (16.11.2010)	T27
Eläke-Tapiolan huipputulos kaksinkertaistui kolmessa kuukaudessa (21.10.2010)	T26
Tapiola Pankin uusi Sijoitustalletus Metsä hakee tuottoa metsäyhtiöistä (5.10.2010)	T25
TAPIOLA PANKIN ARJEN KATSAUS 2/10:	
Suomalaiset toivovat pankki- ja vakuutuspalveluilta yksinkertaisuutta (16.9.2010)	T24
Eläke-Tapiolan sijoituksille hyvä tuotto vaikeassa markkinatilanteessa (18.8.2010)	T23
Puolivuositulos: Tapiola-ryhmä jatkoi kasvu-uralla (18.8.2010)	T22
Savon Kiinteistö Oy LKV liittyy Tapiola Kotimatka -verkostoon (24.6.2010)	T21
Mikko Rikalasta EMMA Prize 2010 voittaja (18.6.2010)	T20
TAPIOLA PANKIN SUHDANNEKATSAUS 1/2010: Suomen talous ajautui teknisesti uudelleen taantumaa – talouskasvu jää nolnaan (15.6.2010)	
Tapiola pankki tutki: Toimivat verkkopalvelut tärkein tekijä pankin valinnassa (11.6.2010)	T18
Tapiola uskoo asuntojen suotuisaan hinta- ja vuokrakehitykseen ja tuo markkinoille asuntosijoitustuotteen (9.6.2010)	T17
Tapiola-ryhmä uudistaa yritys- ja yksityisasiakasliiketoimintojaan (31.5.2010)	T16
Asmo Kalpala jatkaa keskinäisten vakuutusyhtiöiden edunvalvojan, AMICE:n, puheenjohtajana (27.5.2010)	T15
Asmo Kalpala 60 vuotta: Finanssialan rooli edellyttää vastuullisen aseman sisäistämistä (18.5.2010)	T14
Verkko madaltaa kynnystä vakuutusten hoitamiseen (17.5.2010)	T13
Tapiola mukaan Euroopan laajuiseen tuulivoiman vakuuttamiseen (29.4.2010)	T12
Vuoden 2010 merkittävin käsityörittäjyyden tunnustuspalkinto pietarsaarelaiselle Noolan Oy:lle (16.4.2010)	T11
Tapiola-ryhmän vuosikertomus 2009 on ilmestynyt (31.3.2010)	T10
Tapiola Pankki tuo markkinoille kuukausimaksuttoman PS-tilin (25.3.2010)	T9
TAPIOLA PANKIN ARJEN KATSAUS 1/10:	
Verotuksellinen etu on merkittävä syy eläkesäästämisen aloittamiseen (25.3.2010)	T8
Tapiola-ryhmän tilinpäätös 2009: Tapiolan tulos oli hyvä (23.3.2010)	T7
Suomalaisen yritysjohtajan työhyvinvointi on heikentynyt (4.3.2010)	T6
Ennakkotietoja vuoden 2009 tilinpäätöksestä: Tapiola-ryhmällä hyvä vuosi (16.2.2010)	T5
Tapiola muutti uusiin tiloihin Kuopiossa (15.2.2010)	T4
Kiinteistö-Tapiola liittyi YK:n vastuullisen sijoittamisen periaatteiden allekirjoittajiin (9.2.2010)	T3
Ennakkotietoja tilinpäätöksestä: Tapiola Pankki ja Varainhoitoyhtiö tekivät voitolliset tulokset (27.1.2010)	T2
Ennakkotietoja Eläke-Tapiolan tilinpäätöksestä vuodelta 2009: Menestyksellä sijoitusvuosikymmen huipentui ennätystulokseen (26.1.2010)	T1

Taulukko 2: Lehdistötiedotteiden uutisointi talouslehdissä (1/2)

Lähde	Otsikko	Tiedote	Ryhmä	
Kauppalehti	Kulutus jatkuu, vaikka talousluottamus heiluu (27.12.2010)	T32	3	
	Miksi Tapiola Pankki kosii sijoittajia? (18.11.2010)	T28	1,3	
	Yksinkertaisuutta pankkipalveluihin (15.11.2010)	T24	2	
	Tuhti infopaketti sijoittajille (15.11.2010)	T28	1	
	Eläke-Tapiolan osakesijoitukset onnistuivat (22.10.2010)	T26	2	
	Lauslahti: Markkinajohtajat ovat markkinahäiriköitä (17.9.2010)	T24	3	
	Keva ja VER ratsastavat tuottojen kärjessä (31.8.2010)	T23	1,3	
	Vahinko-Tapiola vuotaa asiakkaita kilpailijoille (20.8.2010)	T22	3	
	Kotimaisen kysynnän varassa (24.6.2010)	T19	3	
	Koko talo kerralla (18.6.2010)	T17	1	
	Kiinteistö-Tapiola: Korkokatto tällä hetkellä turha tuote (16.6.2010)	T19	1,3	
	"Ennustehaarukka on nyt harvinaisen suuri" (16.6.2010)	T19	1	
	Hae osakemarkkinoilta tuotto ps-tilin eläkesäästöille (4.6.2010)	T9	3	
	Vienti alkaa vetää (9.4.2010)	T8	3	
	Uudet eläketuotteet myyntiin aprillipäivänä (29.3.2010)	T8, T9	3	
	Tee tarkka eläkesiirto (26.3.2010)	T9	3	
	Kymmenen prosenttia harkitsee ps-säästämistä (26.3.2010)	T8	2	
	Työttömyys nousee 10,5 prosenttiin (26.3.2010)	T8	2	
	Sampo pankki hyllytti hoitokulut (26.3.2010)	T9	1,3	
	If ja Pohjola parhaassa iskussa (11.3.2010)	T5	3	
	Saatiinkin keskustelunavaus (18.2.2010)	T5	3	
	Kalpala arvostelee finanssijärjestelmän keskittymistä (17.2.2010)	T5	1,3	
	Kiinteistö-Tapiola kannattaa vastuullista sijoittamista (15.2.2010)	T3	2	
	Tapiola Pankki jarrutti taseen kasvua (29.1.2010)	T2	1,3	
	Kylmäpäisin suursijoittaja onkin Keva (27.1.2010)	T1	1,3	
	Optio	Johtaja stressaa liikaa (4.3.2010)	T6	1,3
	Talouselämä	Tunkiolla haisee raha (41/2010)	T28	1,3
Asuntorahasto on vielä varakkaan herkku (41/2010)		T17	1,3	
Ässältä ja Tapiolalta uudet tilit (39/2010)		T28	1	
Tapiola ja Fennia vokottelevat sijoittajia (39/2010)		T28	3	
Tapiolalta taas sijoitustalletus (33/2010)		T25	1,3	
Osta, älä pidä (29/2010)		T23	3	
Eläkesijoittaja tähtää neljään (27/2010)		T23	1,3	
Kevyt veronkiristys, tiukka kulukuuri (23/2010)		T19	3	
Pelko ahdistaa ahneita (23/2010)		T19	3	
Läski suli, lihakset jäivät (20/2010)		T10	3	
Vastuullisuutta, vaatii Kalpala (19/2010)*		T14	1,3	
Ahneus osakemarkkinoilla kannatti (18/2010)		T7, T10	3	
Meistä on lingottu mehut (18/2010)		T10	3	
Varo putoilevaa toimialaa (16/2010)		T7	3	
Eläke-Tapiola oli kunkku (3/2010)		T1	1,3	

Taulukko 2: Lehdistötiedotteiden uutisointi talouslehdissä (2/2)

Lähde	Otsikko	Tiedote	Ryhmä
MT	Handelsbanken korjasi talousennustetta ylöspäin (17.12.2010)	T31	1,3
	Tapiolan pääkonttori vuoden teräsrakenne (24.11.2010)	T29	2
	Suomalaisosakkeet tuottivat parhaiten (22.10.2010)	T26	1,3
	Tapiola: Lainaa saa liian helposti (17.9.2010)	T23	1,3
	Tapiolalta myrskykorvauksiin jopa kahdeksan miljoonaa euroa (20.8.2010)	T22	1,3
	Pankeilla erilaiset näkemykset Suomen vientinäkymistä (16.6.2010)	T18	1,3
	Kalpala johtaa vakuuttajia (28.5.2010)*	T15	2
	Kalpala jatkaa eurooppalaista edunvalvontaa (24.5.2010)*	T14	1,3
	Vakuutuspakettia myydään vain verkossa (19.5.2010)	T13	2
	MTK: Korvauksia tuulivoimalan vaikutusalueen maanomistajille (30.4.2010)	T12	1,3
	Myös myel-järjestelmä mahdollistaa verosuunnittelun (1.4.2010)	T9	1,3
	Lisää vaihtoehtoja eläkesäästämiseen (1.4.2010)	T8,T9	3
	Myel-säästöt edullisempia kuin vapaaehtoiset eläketilit (1.4.2010)	T8,T9	3
	Tapiola Pankki: Työttömyys 10,5 prosenttiin (26.3.2010)	T8	2
	Kiire stressaa yritysjohtoa (5.3.2010)	T6	2
	Sijoitukset siivittivät Tapiola-ryhmää (17.2.2010)	T5	1,3
Tapiola Pankki yllättyi tuloksestaan* (29.1.2010)	T2	2	
TT	Suomen junassa riittää vielä vääntöä (8/2010)	T18	3
	Miten ps-säästäjä saa hyödyn veroedusta (5/2010)	T9, T8	3
	Säästäminen kannattaa, hosuminen ei (4/2010)	T9, T8	3
AP	Künsteistösalkut kansainvälistyvät (8/2010)	T7	3
	Eläkevakuutus vastaan ps-tili: Vanha vakaa vastaan uusi riskipitoinen (5/2010)	T9	3
	Ps-tilit vertailussa: Hallinnointipalkkio syö euroja (5/2010)	T9, T8	3

Taulukko 3: Lehdistötiedotteiden uutisointi maakuntalehdissä (1/2)

Lähde	Otsikko	Tiedote	Ryhmä
HS	Eläkeyhtiöiden sijoitustuotot alas viime vuodesta (22.10.2010)	T26	3
	Tapiolan pääjohtaja: Osakekannustimet eivät sovi finanssiyhtiöihin (20.8.2010)	T22	1,3
	Pankit aivan eri linjoilla talouden tulevaisuudesta (16.6.2010)	T19	1,3
	Moottoripyörä saa odottaa (24.5.2010)	T14	1,3
	Eläkeraha jäi tuottotavoitteista (6.4.2010)	T1, T7	(1), 3
	PS-tilin hinta painuu nopeasti nolnaan (1.4.2010)	T9	1,3
	Myytävä: eläke (31.3.2010)	T8,T9	3
	Eläkesäästäminen ei kiinnosta suurta osaa suomalaisista (26.3.2010)	T8	3
	Tapiolalta synkkä ennuste talouden kasvusta (26.3.2010)	T8	1,3
	Tapiola-yhtiöt uskookin nyt osakemarkkinoihin (17.2.2010)	T5	3
	Eläkesijoitukset ovat yhä tappiolla (4.2.2010)	T1	3
Eläkeyhtiö Etera ottaa muita isompaa riskiä (27.1.2010)	T1	1,3	
AL	Eläkehaukkua väärällä puulla (23.10.2010)	T26	3
	Halpa lainamarginaali hämärtää muita kuluja (17.9.2010)	T24	2
	Lainamarginaalien kilpailu palasi (20.8.2010)	T22	1,3
	Suomen Yrittäjien puheenjohtaja varoittaa investointilamasta (16.6.2010)	T19	1,3
	Eläkesäästäjän uutuustuote kätkee monimutkaiset kulut (3.4.2010)	T8, T9	(1), 3
	Miksi emme ole jo paniikissa? (29.3.2010)	T8	3
	Taantuma vähensi Tapiolan korvauskuluja (17.2.2010)	T5	1,3
	Eläke-Tapiolan sijoitustuotot ennätyskorkeat (27.1.2010)	T1	2
TS	Pankit odottavat talouskasvun jatkuvan Suomessa vahvana (16.12.2010)	T32	1,3
	Varsinais-Suomessa ei pelätä työttömyyttä (17.9.2010)	T24	3
	Tapiola-ryhmä paransi tulostaan alkuvuonna (20.8.2010)	T22	1,3
	Yksityissijoittajia haalitaan mukaan asuntorahastoihin (21.7.2010)	T17	1,3
	Emma Prize-voitto Mikko Rikalalle (20.6.2010)	T20	1,3
	Pääjohtaja Liikanen: Paluu vankkaan talouskasvuun edellyttää vakaata julkista taloutta (18.6.2010)	T19	1
	Suhdannenäkymät: Ristiriitaisia talousennusteita (16.6.2010)	T19	1
	Tapiola keskittää yritystoimintojaan (1.6.2010)	T16	2
	Tapiola povaa työttömyyden kasvamista (26.3.2010)	T8	2
	Kalpalan mielestä Suomi ripustautuu liiksi Nordeaan ja OP-Pohjolaan (17.2.2010)	T5	1,3
	Turun alue saa lisää muskeleita (17.2.2010)	T5	3
	Ilmarisella paras pitkän aikavälin tuotto sijoituksissa (28.1.2010)	T1	(1), 3
	Eläke-Tapiolakin teki ennätystuoton (27.1.2010)	T1	2
KVA	Sankarikoirat pelastivat perheensä (11.12.2010)	T31	1,3
	Ilmarinen ja Tapiola sijoittivat tuottoisasti (22.10.2010)	T26	1
	Pankkien vertailua toivotaan helpommaksi (17.9.2010)	T24	2
	Paluu kasvuun edellyttää vakaata julkista taloutta (18.6.2010)	T24	3
	Pankit erimielisiä Suomen talouden suunnasta (16.6.2010)	T19	1,3
	Heikompien auttaja ja paremman maailman vakuuttaja (24.5.2010)	T14	(1), 3
	Ryijyn aiheet luonnosta (13.4.2010)	T11	3
	Työ maistuisi eläkkeelläkin (28.3.2010)	T8	3
	Tapiola Pankki: Työttömyys nousee 10,5 prosenttiin (26.3.2010)	T8	2
ESS	Pankit odottavat talouskasvun jatkuvan Suomessa vahvana (16.12.2010)	T31	2
	Tapiola paransi tuloksiaan alkuvuonna (20.8.2010)	T21	1,3
	Emma Prize-valokuvakilpailun voitto Mikko Rikalalle (19.6.2010)	T19	2
	Pankit erimielisiä talouden suunnasta (16.6.2010)	T18	1,3
	Paremmen maailman vakuuttaja (19.5.2010)	T14	(1), 3
	Maatilapalot mustasivat Tapiolan hyvää vuotta (17.2.2010)	T5	1,3

Taulukko 3: Lehdistötiedotteiden synnyttämä uutisointi maakuntalehdissä (2/2)

Lähde	Otsikko	Tiedote	Ryhmä
PL	Pankit odottavat talouskasvun jatkuvan vahvana (16.12.2010)	T31	2
	Pankit: Talouskasvu jatkuu vahvana (16.12.2010)	T31	2
	Ilmariselta ja Eläke-Tapiolalta hyvä sijoitustulos (22.10.2010)	T25	2
	Pankkien kaupitteluun toivotaan selkeyttä (17.9.2010)	T18	3
	Kalpala pelkää finanssialan keskittyneen liäksi OP-Pohjolaan ja Nordeaan (17.2.2010)	T5	1,3
	Kevan sijoitukset poikivat eniten (28.1.2010)	T1	(1), 3
SS	Pankit odottavat kasvun jatkuvan (16.12.2010)	T32	1,3
	Savon Kiinteistä Oy yhteistyöhön Tapiola Pankin kanssa (24.6.2010)	T21	2
	Valokuvakilpailun voitto Mikko Rikalalle (18.6.2010)	T20	2
	Pankkien talousennusteet ristiriidassa (16.6.2010)	T19	1,3
	Elämän vakuuttaja (20.5.2010)	T14	(1), 3
	Tapiola Pankki: Työttömyys nousee 10,5 prosenttiin (26.3.2010)	T8	2
	Palvelua talon täydeltä (16.3.2010)	T4	1,3
	Itä-Suomessa Tapiola-ryhmä teki vahvaa kasvua (17.2.2010)	T5	3
	Kahden valta on riski (17.2.2010)	T5	1,3
	Tapiolan uuteen toimitaloon siirtyy 160 työntekijää (12.2.2010)	T4	1,3
	Ilmarisella paras pitkän ajan tuotto sijoituksissa (28.1.2010)	T1	3
Sijoitustuotot kasvoivat (27.1.2010)	T1	1,3	
KSML	Ilmariselta ja Eläke-Tapiolalta hyvä sijoitustulos (22.10.2010)	T23	1,3
	Kotitalouksilla vähän liikkumavaraa (17.9.2010)	T19	3
	Tapiola vahvistui Keski-Suomessa (20.8.2010)	T22	3
	Pankkien talousennusteet ristiriidassa (16.6.2010)	T19	1,3
	Valvonta on tarpeen (17.2.2010)	T5	1,3
	Varovaisuus tuntui Keski-Suomessa (17.2.2010)	T5	3
	Ilmarisella paras pitkän ajan tuotto sijoituksissa (28.1.2010)	T1	3
	Sijoitustuotot kasvoivat (27.1.2010)	T1	1,3
KRJL	Pankeilla vahva usko kasvuun (16.12.2010)		3
	Timo Vesala palasi Danske Marketsista Tapiolaan (25.11.2010)	T29	2
	Ilmariselta ja Eläke-Tapiolalta hyvä sijoitustulos (22.10.2010)	T23	2
	Pankkien kaupitteluun toivotaan selkeyttä (17.9.2010)	T23	2
	Emma Prize-kilpailun voitto Mikko Rikalalle (22.6.2010)	T19	2
	Kahden riskikeskittymä (17.2.2010)	T5	1,3
	Sijoitustuotot kasvoivat (27.1.2010)	T1	1,3
KP	Pankit odottavat talouskasvun jatkuvan vahvana (16.12.2010)	T31	1,3
	Liikanen: Talouskasvu vaatii vakaata julkista taloutta (18.6.2010)	T18	1,3
	Pankit erimielisiä Suomen talouden suunnasta (16.6.2010)	T18	1,3
	Tapiolalta kuukausimaksuton ps-tili (25.3.2010)	T9	2
	Tapiola-ryhmän tulos parani (17.2.2010)	T5	2

5 Talouslehtien uutisoinnin analyysi

Talouslehtien uutisoinnin aineistoon kuuluu kaikkiaan 64 uutista. Uutiset on kerätty tammi-joulukuulta 2010. Tapiolan lehdistötiedotteita siteerasi eniten Kauppalehti. Kauppalehdessä oli 26 uutista, joissa tiedotetta oli käytetty lähteenä. Tiedotteiden sisältö sai näkyvyyttä viiden tabloidisivun verran. Sähke uutisia Kauppalehdessä oli kahdeksan kappaletta. Kauppalehti Option juttu yritysjohtajien stressistä sai palstatilaa kuuden sivun verran. 40 uutisesta 18 on kovia uutisia.

Lehdistötiedotteet saivat vähiten näkyvyyttä Taloustaidossa ja Arvopaperissa. Kussakin oli kolme uutista, joissa tiedotteita oli käytetty taustalähteinä. Perelmanin retoriikkateoriaa olen soveltanut 40 talousuutiseen. Pidän otosta riittävänä johtopäätöksien tekemiseen. Uutiset on listattu taulukkoon 4.

Taulukko 4: Uutisten analyysi retoriikkateorian pohjalta (1/3)

Kauppalehti	Juttutyyppe	Argumentointi	Yleisö	Esisopimus
1. Kulutus jatkuu, vaikka talousluottamus heiluu	uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä
2. Miksi Tapiola Pankki kosii sijoittajia?	uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
3. Yksinkertaisuutta pankkipalveluihin	kova uutinen	syy-seuraus, kvasilooginen	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
4. Tuhti infopaketti sijoittajille	uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
5. Eläke-Tapiolan osakesijoitukset onnistuivat	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
6. Lauslahti: Markkinajohtajat ovat markkinahäiriköitä	kova uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä
7. Keva ja VER ratsastavat tuottojen kärjessä	kova uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä
8. Vahinko-Tapiola vuotaa asiakkaita kilpailijoille	kova uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä
9 Kiinteistö-Tapiola: Korkokatto tällä hetkellä turha tuote	uutinen	syy-seuraus, kvasilooginen	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
10. Uudet eläketuotteet myyntiin aprillipäivänä	uutinen	syy-seuraus, "ymmärrys"	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
11. Tee tarkka eläkesiirto	uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
12. Kymmenen prosenttia harkitsee ps-säästämistä	kova uutinen	puuttuu	partikulaari	talouselämä
13. Sampo pankki hyllytti hoitokulut	uutinen	syy-seuraus, kvasilooginen	partikulaari	talouselämä
14. Kalpala arvostelee finanssijärjestelmän keskittymistä	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
15. Tapiola Pankki jarrutti taseen kasvua	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
16. Kylmäpäisin suursijoittaja onkin Keva	uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä

Taulukko 4: Uutisten analyysi retoriikkateorian pohjalta (2/3)

Talouselämä	Juttutyyppi	Argumentointi	Yleisö	Esisopimus
17. Tunkiolla haisee raha	uutinen	syy-seuraus, kvasilooginen, metafora	partikulaari	talouselämä, sijoittaja
18. Asuntorahasto on vielä varakkaan herkkä	uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä, sijoittaja
19. Tapiola ja Fennia vokottelevat sijoittajia	uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä, sijoittaja
20. Tapiolalta taas sijoitustalletus	kova uutinen	syy-seuraus, kvasilooginen	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
21. Eläkesijoittaja tähtää neljään	uutinen	syy-seuraus, kvasilooginen	partikulaari	talouselämä, sijoittaja
22. Vastuullisuutta, vaatii Kalpala	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
23. Ahneus osakemarkkinoilla kannatti	kova uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä
24. Varo putoilevaa toimialaa	uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä
25. Eläke-Tapiola oli kunkku	kova uutinen	syy-seuraus, metafora, kvasilooginen	partikulaari	talouselämä
Maaseudun Tulevaisuus				
26. Handelsbanken korjasi talousennustetta ylöspäin	uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
27. Tapiolan pääkonttori vuoden teräsrakenne	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
28. Suomalaisosakkeet tuottivat parhaiten	kova uutinen	syy-seuraus, kvasilooginen	partikulaari	talouselämä
29. Tapiola: Lainaa saa liian helposti	kova uutinen	syy-seuraus, kvasilooginen	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
30. Kalpala jatkaa eurooppalaista edunvalvontaa	kova uutinen	henkilö ja teko	partikulaari	talouselämä
31. MTK: Korvauksia tuulivoimalan vaikutusalueen maanomistajille	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
32. Myös myel-järjestelmä mahdollistaa verosuunnittelun	uutinen	syy-seuraus, kvasilooginen	partikulaari (viljelijät)	talouselämä, kuluttaja
33. Sijoitukset siivittivät Tapiola-ryhmää	kova uutinen	syy-seuraus, kvasilooginen, metafora	partikulaari	talouselämä
34. Tapiola Pankki yllättyi tuloksestaan	kova uutinen	syy-seuraus, kvasilooginen	partikulaari	talouselämä

Taulukko 4 (3/3)

Taloustaito	Juttutyyppe	Argumentointi	Yleisö	Esisopimus
35. Suomen junassa riittää vielä vääntöä	uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä
36. Miten ps-säästäjä saa hyödyn veroedusta	uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
37. Säästäminen kannattaa, hosuminen ei	uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
Arvopaperi				
38. Kiinteistösalikut kansainvälistyvät	uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä, sijoittaja
39. Eläkevakuutus vastaan ps-tili: Vanha vakaa vastaan uusi riskipitoinen	uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä
40. Ps-tilit vertailussa: Hallinnointipalkkio syö euroja	uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä, sijoittaja

5.1 Uutiset, joissa tiedotteen ydinviestiä on siteerattu suoraan

Kaikkiaan ryhmään 1 kuuluvia uutisia oli talouslehtien aineistossa vain kolme. Ydinviestiä ei siis ole helppo saada uutiseen, varsinkin jos uutisessa on useampi lähde. Tämä kertonee siitä, että talouslehdissä toimittajilla on vapaus valita tiedotteesta toimittajan mielestä olennainen sisältö ja tehdä siitä uutinen. Kauppalehdessä 16.6.2010 julkaistu uutinen ”Ennustehaarukka on nyt harvinaisen suuri” (Liite 1) on hyvä esimerkki, missä ydinviesti on mennyt läpi. Vaikka uutisessa vertaillaan Tapiola Pankin ja Sampo Pankin ennusteita, ingressissä kerrotaan tiedotteen tärkein viesti.

Tapiolan 16.11.2010 julkaistun lehdistötiedotteen ydinviesti tulee esiin jo Talouselämän sähköuutisen otsikossa. Kauppalehden jutuissa tiedotteiden ydinviestit löytyvät ingressistä:

Ässältä ja Tapiolalta uudet tilit (TE 39/2010)

Asuntorahastoihin houkutellaan nyt yksityishenkilöitä. (KL 18.6.2010)

Sampo Pankki povaa Suomen taloudelle mukavaa kasvua, Tapiola Pankki pyöreeä nol-
laa. (KL 16.6.2010)

Tyypillisempää aineiston uutisissa on, että tiedotteesta oli poimittu jokin asia tai sitaatti, mutta tiedotetta oli käytetty jutun siemenenä. Tällaisia uutisia, jotka kuuluvat sekä ryhmään 1 ja 3, oli talouslehtien aineistossa noin kolmasosa, 24 kappaletta.

Kauppalehti ja Talouselämä noteerasivat Tapiolan tiedotteen ”Tapiola aloittaa täyden palvelun arvopaperivälitystoiminnon” (T28) ja kuvailevat Tapiolaa ikään kuin poikamiehenä tai sinkkunaisena, joka on hankkimassa uutta kumppania. Tässä tapauksessa ”vakaaseen parisuhteeseen” haetaan sijoittajia. Tämä käy ilmi juttujen otsikoinneista, joissa hyödynnetään metaforaa. Tiedote ja Talouselämän uutinen aiheesta ovat liitteissä 1 ja 2.

(2.) Miksi Tapiola Pankki kosii sijoittajia? (KL18.11.2010)

(19.) Tapiola ja Fennia vokottelevat sijoittajia (TE 39/2010)

”Kosijoiden” puhemieheksi päässyt tai joutunut Tapiola Pankin johtaja Eero Saloranta perustelee vastaustaan myös metaforalla samaisessa uutisessa:

(2.) ”Tämä on viimeinen palikka, joka meidän sijoittamis- ja säästämispalveluista puuttuu.” (KL 18.11.2010)

Talouselämäkin ymmärtää, että uusi palvelu on osa suurempaa kokonaisuutta ja perustelee sitä metaforan avulla:

(19.) Tapiola sen sijaan on rakentanut finanssitavarataloa jo pitkään. Ensin Tapiola laajensi vakuutuksista rahastoihin, sitten se perusti pankin ja puolitoista vuotta sitten yksityispankin. (TE 39/2010)

Metaforaa käyttää myös juttuun haastateltu Jari Saine. Kun Tapiola avaa uuden palvelun, se on ”täysikasvuinen.”

(19.) ”Ilman välitystoimintoa palvelut jäisivät tyngäksi. Etenkin yksityispankkipuolella näemme suuria mahdollisuuksia, ennakkotuntumat ovat erinomaiset”, sanoo pankki-, säästö- ja sijoituspalveluiden yhtiöryhmää Tapiolassa johtaja Jari Saine. (TE 39/2010)

Kosimista voinee pitää myönteisenä metaforana. Vokottelussa sen sijaan on hieman kielteinen sävy. Vokottelu tarkoittaa myös suostuttelua. Tapiolaa voidaan pitää nuorena ja vetreänä naapuripitäjän kilpakosijana, joka tulee hämmentämään olemassa olevia markkinoita. Finanssitavaratalo on metafora täyden palvelun finanssiyrityksestä.

Toisessa Kauppalehden jutussa Tapiola Pankin pääanalyttikko Kim Gorschnik perustelee uutta palvelua syy-seuraussuhteiden avulla:

(4.) "Gorschnik kertoo, että kehittyvissä markkinoissa on edelleenkin toivoa. Sen sijaan länsimaiden talouskasvu jatkuu hitaana ensi vuonna. – Kun valtionlainojen ja yrityslainojen korot laskevat, tuottoa on haettava entistä riskipitoisemmista sijoituskohteista, kuten osakkeista, Gorschnik kertoo Kauppalehdelle." (KL 15.11.2010)

Taulukko 5: Ketä siteerattiin talouslehdissä?

Nimi	Titteli	Osumia
Harri Lauslahti	Toimitusjohtaja/ Tapiola Pankki	7
Jari Järvinen	Pääekonomisti	6
Asmo Kalpala	Pääjohtaja	6
Juha-Pekka Halmeenmäki	Toimitusjohtaja/Yritysten Henki-Tapiola	4
Hanna Hiidenpalo	Sijoitusjohtaja	4
Minna Kohmo	Toimitusjohtaja/ Henki-Tapiola	2
Marja Pajulahti	Varatoimitusjohtaja/ Tapiola Pankki	2
Kim Särs	Kiinteistörahastovastaava/ Kiinteistö-Tapiola	2
Vesa Immonen	Toimitusjohtaja/ Kiinteistö-Tapiola	1
Satu Norhomaa	Palvelupäällikkö/ Tapiola Pankki	1
Satu Huber	Toimitusjohtaja/ Eläke-Tapiola	1
Minna Elomaa	Yksikönjohtaja/ Yritysten henkilöstöriskien hallintapalvelut	1
Kim Gorschnik	Pääanalyttikko/Sijoitustutkimus	1
Juha Öini	Palvelujohtaja, omaisuuden ja toiminnan vakuutukset	1
Jari Saine	Yhtiöryhmän johtaja/Palvelut pankki-, säästö- ja sijoittaja-asiakkaille	1
Eero Saloranta	Johtaja/ Arvopaperivälitys	1

5.2 Uutiset, joissa tiedote on ollut ainoa lähde

Talوسlehtien uutisista 11:ssä Tapiolan lehdistötiedote oli ollut ainoa lähde. Uutiset ovat tyypillisiä kovia uutisia: asiat kerrotaan lyhyesti ja ytimekkäästi, tärkein asia ensimmä-

mäisenä. Tiedotteista on poimittu kiinnostavia osia tai tiedotetta on tiivistetty ja muokattu se muutaman sadan merkin sähkeutisen muotoon. Havainnollistan tätä tiivistämistä liitteessä 3. Kilpailu lehtien palstatilasta on kovaa. Yhdelle A4-sivulle mahdutin kuusi sähkeutista vuoden ajalta.

Uutisen lähde saatetaan mainita, mutta mitään lehtikohtaisia nyrkkisääntöjä lähteiden mainitsemisesta en havainnut. Kauppalehti mainitsee uutisissaan lähteikseen esimerkiksi Tapiolan tiedotteen ja Tapiola Pankin Arjen katsauksen. Uutinen on kirjoitettu kokonaan tiedotteen pohjalta. Yleensä tiedotteen sisältö tiivistyy jo uutisten otsikossa:

”Kiinteistö-Tapiola kannattaa vastuullista sijoittamista” (KL 15.02.2010)

(12.) ”Kymmenen prosenttia harkitsee ps-säästämistä.” (KL 26.03.2010)

”Työttömyys nousee 10,5 prosenttiin” (KL 26.03.2010)

(5.) ”Eläke-Tapiolan osakesijoitukset onnistuivat” (KL 22.10.2010)

(34.) ”Tapiola Pankki yllättyi tuloksestaan” (MT 29.1.2010)

(27.) ”Tapiolan pääkonttori vuoden teräsrakenne” (MT 24.11.2010)

Näihin lyhyihin uutisiin oli yleensä sisällytetty argumentit, mutta esimerkiksi Kauppalehden pitkäaikaissäästämisestä kertovasta uutisesta (12.) argumentti puuttuu:

(5.)”... Osakemarkkinoiden kehitys jatkui positiivisena heinäkuussa ja uudelleen erityisen vahvana syyskuussa”, Eläke-Tapiolan sijoitusjohtaja kertoo tiedotteessa. (KL 22.10.2010)

(27.) "Suuri pääkonttorikokonaisuus on hallitusti toteutettu. Rakennuksessa on onnistuneesti käytetty hyväksi teräksen ominaisuuksia muuntojoustavan, tehokkaan sekä viihtyisän ja tilallisesti vaikuttavan toimistokokonaisuuden synnyttämisessä." (MT 24.11.2010)

(34.) "Korkokate heikkeni ja liikevaihto laski, mutta onnistuimme”, Lauslahti myhäilee. (MT 29.1.2010)

(34.) Kovaa työtä onnistuminen toimitusjohtajan mukaan vaati. Turhaa riskiä varottiin ottamasta. Tasekasvu pidettiin edellisvuotta maltillisempänä. (MT 29.1.2010)

(12.) Yli kaksi kolmannesta ei aio aloittaa vapaaehtoista eläkesäästämistä. (KL 26.3.2010)

Lyhyissä sähköuutisissa asiat perustellaan usein kvasiloogisesti, joko rahan tai muiden matemaattisten mallien avulla. Yleisölle, eli lukijoille ei kuitenkaan näitä käsitteitä avata, tarkenneta, saati anneta konkreettisia esimerkkejä Osakemarkkinat kehittyvät positiivisesti, sijoitustuotto oli 8,0 prosenttia, korkokatteet muuttuvat, tasekasvua pidettiin maltillisena. Mutta mitä tarkoittaa esimerkiksi osakemarkkinoiden positiivinen kehitys? Osakkeet käyvät paremmin kaupaksi? Osakkeista saa paremman hinnan? Tapiolan osakesijoitukset tuottavat paremmin kuin muiden? Onko kyseessä Suomen, Euroopan vai maailmanlaajuiset osakemarkkinat? Ihmisetkin ovat vain usein numeroita; *kaksi kolmannelta*.

Yleisö, jota puhutellaan, on hyvin partikulaaria. Uutisen lukijalta odotetaan, että hän tietää talouden perusasiat. Lukijan pitää olla sivistynyt muutenkin: teräksen ominaisuudet pitää tietää, jotta hän ymmärtäisi, miksi Tapiolan pääkonttori palattiin vuoden teräsrakenteena 2010.

5.3 Uutiset, joissa tiedote on ollut taustalähteenä

Tapiolan lehdistötiedotetta oli käytetty taustalähteenä kaikkiaan 26:ssa talouslehtien uutisessa. Tämä määrä on hieman yli kolmasosa talouslehtien aineistosta. Uutisia, jotka kuuluvat sekä ryhmään 1 ja 3, oli 24 kappaletta. Tämä tarkoittaa sitä, että tiedotteesta on voitu poimia tietoa, esimerkiksi sitaatteja tai lukuja muiden lähteiden lisäksi.

Kun toimittajalla on ammattitaitoa ja aikaa perehtyä kirjoittamiinsa aiheisiin, lisääntyy aineiston perusteella myös retorinen vapaus. Varsinkin Kauppalehden ja Talouselämän otsikot vilisevät metaforia. Tämä voi johtua toimitusten linjasta. Toimittajilla voi olla enemmän vapauksia uutisotsikoille tyypillisestä neutraalista ja objektiivisesta kuka-tekimitä -periaatteesta. Elävämmällä otsikoinnilla ja kielellä luodaan kiinnostavuutta kiihvakkaan ja itseään toistavaan taloustermistöön ja samalla voidaan myös yrittää houkutella lukemaan teksti kokonaisuudessaan läpi.

- (1.) Kulutus jatkuu, vaikka talousluottamus heiluu (KL 27.12.2010)
- (6.) Lauslahti: Markkinajohtajat ovat markkinahäiriköitä (KL 17.9.2010)
- (13.) Sampo pankki hyllytti hoitokulut (KL 26.3.2010)
- (15.) Tapiola Pankki jarrutti taseen kasvua (KL 29.1.2010)

(17.) Tunkiolla haisee raha (TE 41/2010)

(39.) Eläkevakuutus vastaan ps-tili: Vanha vakaa vastaan uusi riskipitoinen (AP 5/2010)

Koistinen (1999, 53) toteaa, että taloustieteessä suositaan erityisesti sodankäyntiin liittyviä metaforia. Biologisia ja lääketieteellisiä metaforiakin käytetään mielellään. Talouslehtien aineistossa näitä metaforia oli kuitenkin vähän.

(7.) Keva ja VER ratsastavat tuottojen kärjessä (KL 31.8.2010)

(11.) Tee tarkka eläkesiirto (KL 26.3.2010)

(21.) Eläkesijottaja tähtää neljään (TE 27/2010)

Kevyt veronkiristys, tiukka kulukuuri (TE 23/2010)

(33.) Sijoitukset siivittivät Tapiola-ryhmää (MT 17.2.2010)

Tämä aineisto osoitti, että talouslehdissä käytetään metaforia paljon monipuolisemmin. Jo otsikoista löytää esimerkiksi urheiluun, ihmissuhteisiin, kulkuvälineisiin, ruokaan ja ajankohtaan liittyviä metaforia.

(8.) Vahinko-Tapiola vuotaa asiakkaita kilpailijoille (KL 20.8.2010)

If ja Pohjola parhaassa iskussa (KL 11.3.2010)

(16.) Kylmäpäisin suursijoittaja onkin Keva (KL 27.1.2010)

(18.) Asuntorahasto on vielä varakkaan herkku (TE 41/2010)

Läski sulii, lihakset jäivät (TE 20/2010)

(24.) Varo putoilevaa toimialaa (TE 16/2010)

(25.) Eläke-Tapiola oli kunkku (TE 3/2010)

(35.) Suomen junassa riittää vielä vääntöä (TT 8/2010)

Paikallista slangia on käytetty myös Talouselämän jutussa. *Kunkku* tarkoittaa arkikielessä kuningasta. Lukija voi tulkita, että Eläke-Tapiola oli tuona vuonna ylimpänä, parempi muita. Otsikko on erittäin mairitteleva, ja monet yritykset haluaisivat varmasti nähdä yrityksestään samanlaisia otsikoita.

Taloustuotisoinnissa kvasilogiikka jyrää – yleensä. Kaikissa aineiston lehdissä uutisen tai artikkelin sisältöä perustellaan kvasiloogisesti:

(13.) "Laskimme, että jos olisimme perineet uudesta tuotteestamme kahden euron kuukausimaksun, pitäisi esimerkiksi 30 euroa kuukaudessa säästävän asiakkaan sijoituksen

tuotto nousta yli seitsemän prosentin, ennen kuin asiakas pääsee säästöissään omilleen", Tapiola Pankin toimitusjohtaja perustelee linjausta. (KL 26.3.2010)

(9.) "Jos nyt maksaa lainan hinnasta yhden prosentin korkokattoa ja korot pysyvät mallillisella tasolla pari vuotta, kuten uskotaan, menee neljä vuotta ennen kuin korkokatto alkaa kannattaa lainanottajalle", hän sanoo. (Vesa Immonen/KL 16.6.2010)

(18.) Uusimman Suomi Tiiikerit-sijoitustalletuksen kohteina ovat Wärtsilä Kone ja Nokia. Jos kaikkien kolmen yrityksen arvot ovat joulukuussa 2012 samat tai korkeammat kuin 20. joulukuuta tänä vuonna, talletuksille räpsähtää 9 prosentin lisäkorko kahden vuoden talletusajalta. (TE 41/2010)

(20.) Tapiola Pankki lupaa kahden vuoden määräaikaistalletukselle 0,20 prosentin takuukoron lisäksi 9-11 prosentin lisäkoron, jos tiettyjen osakkeiden kurssi on kahden vuoden kuluttua sama tai korkeampi kuin talletusajan alussa 5.11. (TE 33/2010)

(21.) Sijoitustuotoilla eläkeyhtiöt pyrkivät helpottamaan eläkkeistä aiheutuvaa maksurasitusta. Arvioidaan, että neljän prosentin keskimääräinen reaalityttö vuosittain pitää järjestelmän pystyssä ja luvatut eläkkeet voidaan maksaa. (TE 27/2010)

(23.) Viesti väen vanhenemisesta ja pääministeri Matti Vanhasen ajatukset virallisen eläkeiän nostosta 65 vuoteen pistävät työelämässä puurtavan palkansaajan säästöaikeisiin vauhtia. (TE 18/2010)

(25.) Ainoa eläkeyhtiö, jonka sijoitustuotot viime vuodelta olivat suuremmat kuin tappiot toisella vuodelta on Eläke-Tapiola. Sen tuotot olivat 13,5 prosenttia viime vuonna ja tappio toisella vuonna -8,3 prosenttia. (TE 3/2010)

(29.) "On järkyttävää, että yli 200 000 euron lainat ovat lisääntyneet niin dramaattisesti. Ei ole varmaa, pystyvätkö kaikki ihmiset maksamaan lainansa, jos korkotaso selvästi nousee." (Harri Lauslahti/MT 17.9.2010)

(32.) Ps-tilien veroedut ovat samat kuin vapaaehtoisissa eläkevakuutuksissa. Vakuutusmaksuja voi enimmillään vähentää 5000 euroa vuodessa. Verohyötyä jää silloin 1400 euroa. (MT 1.4.2010)

(36.) Lyhyesti sanottuna ps-eläkesäästämisen veroetu perustuu siihen, että veron maksamista lykätään eläkevuosiin. Lykkäyksen ansiosta voit ennen eläkeikää säästää ja si-

joittaa enemmän kuin ilman veroetua ja saada säästöajalta tuottoa myös lykätyin veron osuudelle. Lopputulos riippuu kuitenkin monesta tekijästä. (TT 5/2010)

(38.) Lisätuottoja ja hajautushyötyjä on haettava muualta: jo 12 prosenttia työeläkeyhtiöiden yhteenlasketuista kiinteistösijoituksista on ulkomailla, ilmenee Työeläkevakuuttajat Telan tilastoista. (AP 8/2010)

Joissakin uutisissa argumentointiin oli yhdistetty sekä kvasilogiikkaa että metaforia:

(16.) Yhtiö haistoi hyvin trendin ja lähes tuplasi osakesalkkunsa painon 30 prosenttiin. Se kannatti, sillä osakesijoitukset antoivat lähes 40 prosentin tuoton ja kasvanut yrityslainasalkkukin kahdeksan prosenttia. (KL 27.1.2010)

(18.) Asuntorahastot lupaavat kyniä vuokralaisilta jopa 10 prosentin vuosituottoja. (TE 41/2010)

Tapiola siis löysi vainun, missä raha haisi vuonna 2010. Sijoitustoiminnasta jäi siis muutaakin käteen kuin luu. Kyniminen sen sijaan kuulostaa sanana negatiiviselta. Vuokralaiset, tämän opinnäytetyön tekijä mukaan lukien, eivät ilahdu, kun vuokrahinnat nousevat. Varsinkaan jos saan lukea, että vuokrankorotukset perustuvat indeksikorotusten lisäksi siihen, että sijoittajille luvataan 10 prosentin vuosituotto vuokralaisia kynimällä.

Metaforaan perustuvaa argumentointia oli otsikoiden lisäksi myös runsaasti leipäteksteissä:

(12.) Eläkevakuutus ja ps-tili eivät ole toistensa vihollisia – päinvastoin, vakuuttaa myös OP-Henkivakuutuksen vakuutustoiminnan johtaja Ilkka Lohi. (KL 26.3.2010)

(14.) Tapiola-ryhmän pääjohtajan Asmo Kalpalan mukaan finanssitoimialalla on omaksuttu toimintakulttuuria, joka ei riittävästi välitä toiminnan vaikutuksista ympäristöön. Kalpala arvioi, että lasku muulle yhteiskunnalle on hirvittävän suuri. (KL 17.2.2010)

(16.) Eläkesijoittajien painajainen päättyi viime vuoden nousuun. (KL 27.1.2010)

(18.) Asuntorahastojen riskit voivat toteutua, jos asuntomarkkinat viilenevät selkeästi. (TE 41/2010)

(20.) Arvopaperivälitystä johtava Eero Saloranta sanoo, että kotimaiselle välittäjälle on kysyntää pörssissä, jota hallitsevat ulkomaiset meklarit. (TE 33/2010)

(23.) Tuottavat sijoitukset ja varainhoitosopimukset paikkasivat oivasti henkiyhtiöiden kolhiintuneita tuloksia. Osa yhtiöistä tarvitsi silti emojen raharuiskeita. (TE 18/2010)

(32.) Veroedut ovat uusien pitkäaikaissästö eli ps-tilien myyntivaltteja vapaaehtoisten eläkevakuutusten lailla. (MT 1.4.2010)

(35.) Joko Suomessa on päästy talouskriisissä niskan päälle? (IT 8/2010)

(35.) Onko muu maailma nyt jo ehtinyt alamäkeen? (IT 8/2019)

(36.) Ps-sijoitusten kaikkia kuluja kannattaa tarkkailla haukan silmin. Kulut syövät veroedun helposti – sitä helpommin mitä pienemmäksi säästöjen tuotto jää. (IT 5/2010)

Sodankäyntiä, painajaisia, ruiskeita, vallankäyttöä, uhkapeliä, selviytymistä. Taloustekstien maailma on kova. Samankaltaiset tuotteet saattavat olla toistensa pahimpia *vihollisia*. Pörssiä ei johdeta, vaan *hallitaan*. Kun sijoitukset eivät tuotakaan halutulla tavalla, ollaan keskellä *painajaista*. Monet eivät tule toimeen omillaan ja emot joutuvat tykittämään rahat *ruiskeella* suoraan suoneen. Kuluttajankin kannattaa olla tarkkana kuin *haukka*. Muuten joku tai jokin tulee ja *syö* ne vähäisetkin tuotot. Ja jos ei olla tarkkana, postilaatikkoon tömähtää raskas *lasku*, ja *alamäki* alkaa.

Vaikka metaforia käytetään paljon, yleensä teksteissä argumentoidaan syy-seuraussuhteiden avulla. Otetaan jokin asia, esimerkiksi tilikauden tulos, ja perustellaan se joillakin loogisilla tai konkreettisilla asioilla. Vuonna 2010 Tapiolaa koskevassa talousuutisoinnissa on havaittavissa kolme yleisintä teemaa: Tapiolan tulos, uudet tuotteet (sijoituspalvelut, asuntosijoitustuote ja pitkäaikaissäätämistili), sekä Tapiola Pankin arviot talouden kehityksestä. Pääjohtaja Asmo Kalpalan 60-vuotismerkkipäivää talouslehdet eivät juuri huomanneet. Sen sijaan pääekonomisti Jari Järvistä siteerattiin kaikissa talouslehdissä Arvopaperia lukuun ottamatta:

(1.) "Finanssikriisin aikana luottamus romahti, mutta silti yksityinen kulutus piti taloutta pystyssä." (Jari Järvinen/KL 27.12.2010)

(26.) Talouskriisi vie Järvisen mukaan EU:ta liittovaltion suuntaan, kun EU-komissio koordinoi ja tiukentaa finanssipolitiikkaa. Se kerää jäsenvaltioilta veroja ja jakaa niitä

eteenpäin. "Palkkaneuvottelujen rooli kasvaa kansallisen kilpailukyvyn ylläpitäjänä", Järvinen näkee. (MT 17.12.2010)

(35.) "Ennusteiden hajonta on tosiaan ollut poikkeuksellisen suurta. Se kertoo epävarmuudesta. Talouden kehityksessä on isoja kysymysmerkkejä, kuten se, miten valtioiden velkaongelmat ja valtiontalouksien tasapainottaminen hoidetaan." (Jari Järvinen/TT 5/2010)

5.3.1 Kalpala ja osakemarkkinat

Poikkeus aineistossa oli pääjohtaja Asmo Kalpalaa koskeva uutinen. Uutisessa oleva argumentointi perustuu siis henkilöön ja hänen tekoihinsa. Kalpala täytti keväällä 2010 60 vuotta ja häntä pyydettiin jatkamaan tehtävässään.

(30.) Kalpala joutui pohtimaan, mitä annettavaa ja lisäarvoa hänellä on Tapiolalle ja vakuutusosalalle 23 vuoden pääjohtajuuden jälkeen. Kalpala päätyi siihen, että hänellä on. "Yksityiselämä tosin kärsii." (MT 24.5.2010)

(30.) "Saan sanomalleni tuloksia vähitellen", päiväsankari kokee. (MT 24.5.2010)

Aiemmin keväällä 2010 Kalpala arvosteli kärkkäästi toimialan jättiläisiä, syy-seuraussuhteiden avulla.

(14.) "Suomalaisen finanssijärjestelmän keskittymisen aste on päässyt niin korkeaksi, ettei sitä voi sivuuttaa keskusteltaessa finanssijärjestelmän kehittämisestä. Työeläkejärjestelmän tyyppistä kaksinapaista markkinarakennetta ei pidä päästää syntymään, eikä sellainen kuulu markkinatalouteen. Se vie työeläkejärjestelmässään uskottavuutta hajautetusta järjestelmästä." (KL 17.2.2010)

(22.) Kalplala antoi sen johdosta lausunnon, missä hän vaati finanssialaa sisäistämään vastuullisen asemansa. (TE 19/2010)

(22.) Moni ei pidä yhtiöiden vastuullisuuslupauksia edes sen paperin arvoisina, jolle ne on painettu. (TE 19/2010)

Kalpalaan kannanotto on rohkea, koska uutiset kertovat myöhemmin syksyllä, että ahneus on kannattavaa osakemarkkinoilla. Ahneus on ristiriidassa vastuullisuuden kanssa.

Tulos tärkeintä, muut arvot tulevat perässä.. Talouselämän jutussa paljastetaan osake-
markkinoiden raadollisuus:

(17.) Tunkiolla haisee raha (41/2010)

(17.) Sijoittaja saa rahalleen hyvän tuoton sieltä, missä uutiset ovat ikäviä. (TE 41/2010)

5.4 Johtopäätöksiä

1. Tiedotteita hyödynnetään talouslehdissä, mutta niitä muokataan rankalla kädellä. Jos tiedote menee läpi sellaisenaan, se on yleensä typistetty sadan merkin sähkeutiseksi. On yleistä, että tiedotteesta poimitaan jotkin tunnusluvut, ja ne liitetään suurempaan kokonaisuuteen, esimerkiksi eläkevakuutusyhtiöiden sijoitusten tuottojen vertailuun.

2. Talouslehdissä haastateltujen ja siteerattujen hajonta on suurta. Pääjohtaja Asmo Kalpalaa siteerattiin toisiksi eniten pääekonomisti Jari Järvisen lisäksi. Tuolloista Tapiola Pankin toimitusjohtaja Harri Lauslahtea siteerattiin eniten. Johtajien kannanotot toimialan tilanteesta saivat jonkin verran huomiota.

3. Tapiolaa kohdellaan talouslehdissä silkkihansikkain – tai silkkihansikas on ainakin toisessa kädessä. Eläke-Tapiolan sijoitusten tuotto huomioitiin kaikissa lehdissä Arvopaperia ja Taloustaitoa lukuun ottamatta. Ainoa juttu, jossa oli negatiivinen sävy, oli Kauppalehden uutinen siitä, että Vahinko-Tapiola vuotaa asiakkaita kilpailijoille.

4. Talouslehdet rakastavat metaforia ja kvasilogiikkaa. Metaforat saattavat olla tietoisia ja tarkoitushakuisia, tai alitajuisia. Ne ovat iskostuneet kirja- ja puhekieleen, vaikka ne eivät käytännössä tarkoita mitään. Markkinat kuumenevat tai viilenevät. Inflaatio nousee tai laskee. Numerot ja luvut ovat taloustoimittajalle tärkeä raaka-aine. Ne ovat yleensä myös kiveen hakattuja. Lukijan kannalta tämä on ikävää, koska luvut määräävät jutun sisällön. Ne ovat lukijalle joko etäisiä tai paljon tietoa antavia.

5. Yhtiön tuloksista uutisoidaan rutiininomaisesti, Maaseudun Tulevaisuudessa ja Talouselämässä jopa myötäilevästi. Sen sijaan uusien tuotteiden markkinointi ei talouslehtien sivuilla onnistu. Johdattelu voi sen sijaan onnistua. Pitkäaikaissäätämistileistä kirjoitettiin paljon. Esimerkiksi Taloustaidossa oli monien aukeamien kokoinen artikkeli siitä, miten kuluttaja saa parhaan mahdollisen hyödyn ps-tileistä, ja kenen tällainen tili kannattaa avata.

6 Maakuntalehtien uutisoinnin analyysi

Maakuntalehtien uutisoinnin aineistoon kuuluu kaikkiaan 64 uutista. Uutiset on kerätty tammi-joulukuulta 2010 ja ne ovat taulukossa 3. Maakuntalehdistä Tapiolan lehdistötiedotteita siteerasi eniten Turun Sanomat. Turun Sanomissa oli 13 uutista, joissa tiedotetta oli käytetty lähteenä. Tiedotteiden sisältö sai yhteensä näkyvyyttä noin kolmen broadsheet-sivun verran. Turun Sanomissa oli sähköuutisia neljä kappaletta. Toiseksi eniten tiedotteita oli hyödynnetty Helsingin Sanomissa ja kuopiolaisessa Savon Sanomissa. Kussakin lehdessä oli 12 uutista, jossa tiedotetta oli käytetty lähteenä.

Vähiten näkyvyyttä Tapiolan lehdistötiedotteet saivat vaasalaisessa Pohjalaisessa ja kokkolalaisessa Keskipohjanmaassa. Pohjalaisessa oli kuusi, ja Keskipohjanmaassa viisi uutista, joissa tiedotteita oli käytetty lähteinä. Vaikka suhteellisen pienilevikkinen Keskipohjanmaa ei määrällisesti erottunut aineistosta, oli lehti ainoa jossa Tapiolan lehdistötiedote julkaistiin miltei sanatarkasti sellaisenaan. Perehdyn uutiseen tarkemmin tämän luvun toisessa alaluvussa. Olen soveltanut Perelmanin retoriikkateoriaa 49 maakuntalehden uutiseen. Kuten talouslehdissä, pidän tämän kokoista otosta riittävänä johtopäätöksien tekemiseen. Sisällönanalyysin kohteena olevat uutiset on listattu taulukoon 6.

Taulukko 6: Maakuntalehtien uutisten analyysi retoriikkateorian pohjalta (1/3)

Helsingin Sanomat	Juttutyyppe	Argumentointi	Yleisö	Esisopimus
41. Pankit aivan eri linjoilla talouden tulevaisuudesta	kova uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä
42. Moottoripyörä saa odottaa	uutinen	henkilö ja teko, syy-seuraus, kvasilooginen	partikulaari	talouselämä
43. Eläkeraha jäi tuottotavoitteista	kova uutinen	syy-seuraus, kvasilooginen	partikulaari	talouselämä
44. Eläkesäästäminen ei kiinnosta suurta osaa suomalaisista	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
45. Tapiolalta synkkä ennuste talouden kasvusta	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
46. Tapiola-yhtiöt uskookin nyt osakemarkkinoihin	kova uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä
Aamulehti				
47. Halpa lainamarginaali hämärtää muita kuluja	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
48. Lainamarginaalien kilpailu palasi	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
49. Suomen Yrittäjien puheenjohtaja varoittaa investointilamasta	kova uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä
50. Eläkesäästäjän uutuustuote kätkee monimutkaiset kulut	uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
51. Taantuma vähensi Tapiolan korvauskuluja	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
52. Eläke-Tapiolan sijoitustuotot ennätyskorkeat	kova uutinen	puuttuu	partikulaari	talouselämä

Taulukko 6: Maakuntalehtien uutisten analyysi retoriikkateorian pohjalta (2/3)

Turun Sanomat	Juttutyyppe	Argumentointi	Yleisö	Esiöipimus
53. Pankit odottavat talouskasvun jatkuvan Suomessa vahvana	uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
54. Varsinais-Suomessa ei pelätä työttömyyttä	uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
55. Yksityissijoittaja haalitaan mukaan asuntorahastoihin	uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä, sijoittaja
56. Tapiola keskittää yritystoimintojaan	kova uutinen	puuttuu (syy-seuraus)	partikulaari	talouselämä
57. Kalpalan mielestä Suomi ripustautuu liaksi Nordeaan ja OP-Pohjolaan	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
58. Turun alue saa lisää muskeleita	kova uutinen	metafora (puuttuu)	partikulaari	talouselämä
59. Eläke-Tapiolakin teki ennätys-tuoton	kova uutinen	puuttuu	partikulaari	talouselämä
Kaleva				
60. Sankarikoirat pelastivat perheensä	uutinen	syy-seuraus	universaali	talouselämä, human interest
61. Pankkien vertailua toivotaan helpommaksi	kova uutinen	syy-seuraus, kvasilooginen	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
62. Pankit erimielisiä Suomen talouden suunnasta	kova uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä
63. Heikompien auttaja ja paremman maailman vakuuttaja	uutinen	henkilö ja teko	partikulaari	talouselämä, human interest
64. Tapiola Pankki: Työttömyys nousee 10,5 prosenttiin	kova uutinen	puuttuu	partikulaari	talouselämä

Taulukko 6: Maakuntalehtien uutisten analyysi retoriikkateorian pohjalta (2/3)

Etelä-Suomen Sanomat	Juttutyyppi	Argumentointi	Yleisö	Esisopimus
65. Tapiola paransi tuloksiaan alkuvuonna	kova uutinen	kvasilooginen	partikulaari (Päijät-Häme)	talouselämä
66. Emma Prize-valokuvakilpailun voitto Mikko Rikalalle	uutinen	puuttuu	partikulaari	kulttuuri
67. Paremman maailman vakuuttaja	uutinen	henkilö ja teko	partikulaari	talouselämä, human interest
68. Maatilapalot mustasivat Tapiolan hyvää vuotta	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
Savon Sanomat				
69. Pankit odottavat kasvun jatkuvan	uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
70. Savon Kiinteistö Oy yhteistyöhön Tapiola Pankin kanssa	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
71. Elämän vakuuttaja	uutinen	henkilö ja teko	partikulaari	talouselämä, human interest
72. Palvelua talon täydeltä	uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä, kulttuuri
73. Itä-Suomessa Tapiola-ryhmä teki vahvaa kasvua	kova uutinen	syy-seuraus, kvasilooginen	partikulaari	talouselämä
74. Kahden valta on riski	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
75. Tapiolan uuteen toimitaloon siirtyy 160 työntekijää	kova uutinen	puuttuu	partikulaari	talouselämä
76. Sijoitustuotot kasvoivat	kova uutinen	puuttuu	partikulaari	talouselämä
Keskisuomalainen				
77. Kotitalouksilla vähän liikkumavaraa	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
78. Pankkien talousennusteet ristiriidassa	kova uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä
79. Varovaisuus tuntui Keski-Suomessa	uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
80. Ilmarisella paras pitkän ajan tuotto sijoituksissa	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä

Taulukko 6: Maakuntalehtien uutisten analyysi retoriikkateorian pohjalta (3/3)

Karjalainen	Juttutyyppi	Argumentointi	Yleisö	Esisopimus
81. Pankeilla vahva usko kasvuun	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
82. Pankkien kaupitteluun toivotaan selkeyttä	kova uutinen	kvasilooginen	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
83. Kahden riskikeskittymä	uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
84. Sijoitustuotot kasvoivat	kova uutinen	puuttuu	partikulaari	talouselämä
Pohjalainen				
85. Ilmariselta ja Eläke-Tapiolalta hyvä sijoitustulos	kova uutinen	puuttuu	partikulaari	talouselämä
86. Pankkien kaupitteluun toivotaan selkeyttä	kova uutinen	kvasilooginen	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
87. Kalpala pelkää finanssialan keskittyneen liäksi OP-Pohjolaan ja Nordeaan	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä
Keskipohjanmaa				
88. Pankit erimielisiä Suomen talouden suunnasta	kova uutinen	syy-seuraus, metafora	partikulaari	talouselämä
89. Tapiolalta kuukausimaksuton ps-tili	uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä, kuluttaja
90. Tapiolan-ryhmän tulos parani	kova uutinen	syy-seuraus	partikulaari	talouselämä

6.1 Uutiset, jossa tiedotteiden ydinviestejä tai osia on siteerattu suoraan

Kuten talouslehtien aineistossa, ryhmään 1 kuuluvia uutisia oli vähän. Tähän ryhmään kuuluvia uutisia oli Turun Sanomissa kaksi kappaletta ja Kalevassa yksi kappale. Monet uutisista voisivat kuulua pelkästään ryhmään 1, eikä ryhmään 1 ja 3. Olen tulkinnut uutisia niin, että lehdistötiedotteen ydinviestin tulisi näkyä jo uutisen otsikossa. Esimerkiksi oululaisen Kalevan uutisen (16.6.2010) kärki on, että pankit ovat erimielisiä Suomen talouden suunnasta. Vaikka uutiseen on poimittu Tapiolan ennuste talouden nol-lakasvusta, se on tasaveroinen Sampo pankin ennusteen kanssa., eikä Tapiolan ennuste tule ilmi otsikossa.

Sen sijaan Kalevan uutinen ”Ilmarinen ja Tapiola sijoittivat tuottoisasti” (22.10.2010) kuuluu selkeästi ryhmään 1. Tapiola tiedotti lokakuussa 2010 Eläke-Tapiolan osavuosituloksesta:

Eläke-Tapiolan osavuositulos 1.1.–30.9.2010

Eläke-Tapiolan sijoitusten tuotto käyvin arvoihin laskettuna 1.1.–30.9.2010 oli 8,0 prosenttia. (Tapiolan Lehdistötiedote 21.10.2010)

ja Kalevassa uutisoitiin:

Eläke-Tapiolan sijoitustuotot nousivat tammi-syyskuussa 8,0 prosenttiin. (KVA 22.10.2010)

Turun Sanomien uutisointi Mikko Rikalan Emma Prize-voitosta (20.6.2010) on tehty lähes kokonaan Tapiolan tiedotteen pohjalta. Ainoastaan viimeinen kappale on kirjoitettu muiden lähteiden pohjalta:

Emman kuvataidekilpailu järjestetään tästä edes kolmen vuoden välein, ja se edustaa kulloinkin eri taiteenlajeja. Ensimmäiseen kilpailuun tuli 146 teossarjaa, yhteensä 590 valokuvaa. (TS 20.6.2010)

Taulukko 8: Ketä siteerattiin maakuntalehdissä?

Nimi	Titteli	Osumia
Asmo Kalpala	Pääjohtaja	12
Juha-Pekka Halmeenmäki	Toimitusjohtaja/Yritysten Henki-Tapiola	6
Satu Huber	Toimitusjohtaja/ Eläke-Tapiola	6
Jari Järvinen	Pääekonomisti	6
Hanna Hiidenpalo	Sijoitusjohtaja	3
Matti Markkula	Paikallisjohtaja/ Turun alue	3
Marja Pajulahti	Varatoimitusjohtaja/ Tapiola Pankki	3
Juha Korhonen	Paikallisjohtaja/Kuopio-Varkaus-alue	2
Seija Mustonen	Paikallisjohtaja/Päijät-Häme	2
Harri Turunen	Paikallisjohtaja/Keski-Suomi	2
Sakari Viitanen	Paikallisjohtaja/Pirkanmaa	2
Leevi Ainasoja	Paikallisjohtaja/Keski-Pohjanmaa	1
Kaj Haapajärvi	Yhteysjohtaja	1
Harri Lauslahti	Toimitusjohtaja/ Tapiola Pankki	1
Eila-Maria Leskinen	Asiakkuuspäällikkö	1
Hanna Roos	Johtaja/Puhelin- verkkopalveluyksikkö	1
Sari Ruottinen	Johtaja/Itäinen alue	1
Martti Silvennoinen	Aluejohtaja/Läntinen alue	1
Teemu Toivanen	Johtaja/Yritystulosryhmä, Läntinen alue	1
Kim Särs	Kiinteistörahastovastaava/ Kiinteistö-Tapiola	1
Ann Wahlroos-Jaakkola	Johtaja/Tapiola-ryhmän alueet, puhelin- ja verkkopalvelut	1

6.2 Uutiset, joissa tiedotteet ovat olleet ainoa lähde

Maakuntalehdissä oli käytetty lehdistötiedotetta ainoana lähteenä kaikkiaan 18 uutises-
sa, mikä on vajaa neljäsosa maakuntalehtien aineistosta. Kuten talouslehdissäkin, maa-
kuntalehdissä ryhmään 2 kuuluvat uutiset olivat suurin osa muutaman sadan merkin
sähke uutisia, ikään kuin tiivistettyjä tiedotteita.

Suurin osa näistä uutisista on kovia uutisia, eli ehdottomia esittämänsä asian suhteen.
Vaikka esimerkiksi joensuulaisen Karjalaisen otsikkoa (82.) ”Pankkien kaupitteluun
toivotaan selkeyttä” (17.9.2010) voisi pitää pehmeämpänä uutisena, argumentit uutises-
sa esitetään tiukan kvasiloogisesti. Siksi tulkitsin kyseisen uutisen kuuluvan koviin uutis-
siin. Kaikki aineiston maakuntalehdet Helsingin Sanomia ja Keskisuomalaista lukuun
ottamatta käyttivät jossakin uutisessaan Tapiolan lehdistötiedotetta ainoana lähteenään.

Poikkeuksena voisi pitää Mikko Rikalan Emma Prize-voittoa, jonka voi lukea peh-
meämpiin uutisiin. Uutisessa ei kerrota lähdeä, kuten suurimmassa osassa uutisista.
Kaikkiaan kuudessa uutisessa mainitaan lähde, joko ”Tapiolan Pankin kysely” tai ”Ta-

piola Pankki”. Savon Sanomat ja Karjalainen eivät maitse jutun tekijää, muissa lehdissä oli merkitty tekijäksi esimerkiksi STT.

Kuten talouslehdissä, maakuntalehdissäkin sähköuutisen olennaisin asia esitetään otsikossa. Poimin aineistosta muutamia esimerkkejä:

- (53.) Eläke-Tapiolan sijoitustuotot ennätyskorkeat (AL 27.1.2010)
- (56.) Tapiola keskittää yritystoimintojaan (TS 1.6.2010)
- (59.) Eläke-Tapiolakin teki ennätystuoton (TS 27.1.2010)
- (64.) Tapiola Pankki: Työttömyys nousee 10,5 prosenttiin (KVA 26.3.2010)
- (66.) Emma Prize-valokuvakilpailun voitto Mikko Rikalalle (ESS 19.6.2010)
- (70.) Savon Kiinteistö Oy yhteistyöhön Tapiola Pankin kanssa (SS 24.6.2010)
- (82.) Pankkien kaupitteluun toivotaan selkeyttä (KRJL 17.9.2010)
- (86.) Pankkien kaupitteluun toivotaan selkeyttä (PL 17.9.2010)
- (90.) Tapiolan-ryhmän tulos parani (KP 17.2010)

Argumentointi

Maakuntalehdissä kovissa ja lyhyissä sähköuutisissa ei leikitellä kielellä. Kuten talouslehdissä, maakuntalehtissäkin uutisissa olevia asioita perustellaan kvasiloogisesti. Kyselyyn vastaajat, kuluttajat, muodostavat kokonaisuuden, joka on sata prosenttia. Kun johonkin olemassa olevaan asiaan ollaan tyytymättömiä, se perustellaan, että viisikymmentä prosenttia kuluttajista haluaa muutosta asiaan.

(82.) Pankkipalveluiden vertailemisen pitäisi olla nykyistä helpompaa. Tapiola Pankin kyselyssä yli puolet asiakkaista toivoi tätä. (KRJL 17.9.2010)

(86.)Puolet kertoi, että heille on tarjottu palvelua, jota ei ollut selitetty ymmärrettävästi. (PL 17.9.2010)

Maakuntalehtien uutisoinnissa oli havaittavissa enemmän ”piilevää” kvasilogiikkaa. Paikallisjohtajan ja pääjohtajan retoriikka seuraavissa esimerkeissä vaikuttaa tyypilliseltä syihin seurauksiin perustuvalta argumentoinnilta. Uusi kumppanuus tuo uutta bisnestä, eli rahaa. Asiakaspysyvyys tarkoittaa sitä, että asiakkaiden rahat eivät karkaa muiden finanssiyhtiöiden käsiin.

(70.) "Kiinteä kumppanuus kiinteistönvälittäjän kanssa tuo sekä uusia asiakkaita että vahvistaa asiakaspysyvyyttä", Tapiolan Kuopio-Varkaus alueen paikallisjohtaja Juha Korhonen sanoo. (SS 24.6.2010)

Asmo Kalpala ei kerro numeroita, mutta se antaa sidosryhmille tärkeän viestin. ”Ei hätää, meillä on rahaa. Liiketoimintamme jatkuu.”

(90.) "Yhtiöiden vahva vakavaraisuus antaa eväitä yhtiöryhmän pitkäjänteiseen kehittämiseen taloudellisesta epävarmuudesta huolimatta", Kalpala linjaa. (KP 17.2.2010)

Tyypillinen ero maakuntalehtien uutisoinnissa talouslehtiin verrattuna oli se, että jutusta puuttui argumentti kokonaan. Asiat ikään kuin tapahtuvat itsestään vailla syitä ja seurauksia. Lukijan on tiedettävä tai pääteltävä syyt ja seuraukset itse:

(53.) Kaikkien sijoitusten tuotto nousi tiistaina julkistettujen ennakkotietojen mukaan 13,5 prosenttiin. (AL 27.1.2010)

(59.) Työeläkeyhtiö Eläke-Tapiolan sijoitustuotot kohosivat viime vuonna ennätysellisen korkeiksi. (TS 27.1.2010)

(64.) Tämän vuoden keskimääräinen työttömyysaste nousee 10,5 prosenttiin, Tapiola Pankki ennustaa. Ensi vuonna työttömyys kohoaa 11 prosenttiin. (KVA 26.3.2010)

Talouselämän realiteetit, retoriikkateoriassa esisopimukset, tulevat hyvin esiin Turun Sanomien uutisessa. Raha määrää, ja muut asiat tulevat perässä. Yrityksen rutiinitiedottaminen organisaatiomuutoksista puetaan tyylikkäisiin sanoihin: järjestetään uudelleen, tehostetaan, tai keskitetään. Kaikki työelämässä olleet kuitenkin tietävät mistä on kysymys: yritys haluaa säästää rahaa tai saada enemmän tuottoa. Taiteessa on toisenlaiset esisopimukset. Teossarja voitti todennäköisesti siksi, että se oli visuaalisesti hieno, omaperäinen ja hyvin toteutettu. Journalismin näkökulmasta tällaiset uutiset eivät ansaitse hatunnostoa. Syiden ja seurausten selvittäminen kuuluu toimittajan toimenkuvaan. Toimittajat saavat tiedonhankinnasta ja sen välittämisestä palkkansa.

(56.) Tapiola-ryhmä muuttaa kesäkuussa organisaatiotaan, kun yrityksen yritysasiakasliiketoiminnot keskitetään yhdeksi kokonaisuudeksi...) (TS 1.6.2010)

(66.) Vuonna 1977 syntynyt Rikala voitti Espoon nykyaiteen museon Emman kilpailun teossarjallaan *Between the idea and the Reality...* (ESS 19.6.2010)

6.2.1 Keskipohjanmaan advertoriaali

Keräämässäni talous- ja maakuntalehtien aineistossa ei ollut Tapiolan tiedotetta, joka olisi sellaisenaan naamioitu uutisen muotoon – yhtä poikkeusta lukuun ottamatta. Keskipohjanmaa julkaisi 26.3.2010 ”uutisen”, joka kertoo Tapiolan uudesta pitkäaikaissäästämiseen tarkoitettusta tilistä. Tiedote ja uutinen ovat luettavissa liitteistä.

Tämä uutinen on räikeä esimerkki leikkaa ja liimaa-journalismista, jossa jätetään portti törkeästi vartioimatta. Journalistin ohjeissa sanotaan:

2. Tiedonvälityksen sisältöä koskevat ratkaisut on tehtävä journalistisin perustein. Tätä päätösvaltaa ei saa missään oloissa luovuttaa toimituksen ulkopuolisille. (Journalistiliitto 2012)

Tiedotteen julkaiseminen miltei sellaisenaan ei ole laitonta, mutta erittäin epäammattimaista. Jos tiedote olisi aiheeltaan yleismaailmallisempi, esimerkiksi Tapiolan Arjen katsaukset, tällainen uutinen voisi olla hyväksyttävämpi. Kyseessä on kuitenkin Tapiolan uusi lanseeraus ja tuote. Tapiola on saanut Keskipohjanmaahan ilmaisen advertoriaalin, eli mainoksen joka on kirjoitettu uutisen muotoon. Tällaista uutista ei voi ainakaan laittaa uuden kesätoimittajan piikkiin, koska se on julkaistu maaliskuussa.

Hämmäntävää Keskipohjanmaan uutisessa on myös se, että Keski-Pohjanmaan paikallisjohtajan Leevi Ainasojan sitaatti on viimeistä lausetta lukuun ottamatta täsmälleen sama kuin Harri Lauslahden sitaatti tiedotteessa:

”Tarve omaehtoiselle varautumiselle eläkeikaan ei vähene. Tuomme markkinoille kuukausimaksuttoman PS-tilin eläkesäästäjälle, joka haluaa itse aktiivisesti hallita säästöjään ja sijoituksiaan. Alkuvaiheessa säästökohteina ovat rahastot ja säästötili. Myöhemmässä vaiheessa pyrimme saamaan mukaan osakesijoitukset”, sanoo Tapiola Pankin toimitusjohtaja Harri Lauslahti. (T9 25.3.2010)

6.3 Uutiset, joissa tiedotteet ovat olleet taustalähteenä

Maakuntalehtien aineistossa oli 26 uutista, jossa tiedotteita oli käytetty taustalähteinä, mikä on hieman yli neljäsosan 86 uutisen aineistosta. Uutisia, jotka kuuluvat sekä ryhmään 1 ja 3, oli 40 kappaletta, mikä on noin puolet aineistosta. Sovelsin Perelmanin retoriikkateoriaa 49 uutiseen, joista ryhmään 3, ja 1 ja 3 kuului 37 uutista. Näistä uutisista 25 luokittelin koviksi uutisiksi. Maakuntalehdetkin ovat tietäviäisiä asioiden suhteen. Yleensä uutinen käsitellään myös yhdestä tietystä näkökulmasta.

Argumentointi

Maakuntalehtien toimittajat eivät intoudu irrottelemaan metaforilla niin paljon kuin talouslehtien toimittajat. Kun toimittajat kirjottavat pankkien arvioista maailmantalouden näkymistä, Tapiolaa pidetään usein kyynikkona tai jopa takinkääntäjänä. Talousmaailman kovuus ja aggressiivisuus tulee myös esille. Metaforat ovat sen mukaisia:

(42.) Tapiolan paletissa oli tummemmat sävyt: maailmantalouden heikkeneminen heijastuu Suomen vientiin, vientituotteiden kysyntä on yhä alamaissa, ennakoivat indikaattorit viittaavat kasvun hidastumiseen, finanssipolitiikan kiristäminen voi johtaa verotulojen supistumiseen ja alijäämien kasvuun, Tapiola Pankin pääekonomisti Jari Järvinen synkisteli. (HS 16.6.2010)

(44.) Osakesijoittamiseen yleensä hyvin varovasti suhtautunut Tapiola-ryhmä on kääntänyt kelkkansa. Eilen tiistaina tuloksensa julkaisseet Henki- Eläke- ja Vahinko-Tapiola kuvailevat osakemarkkinoita myönteisin sanakääntein. (HS 17.2.2010)

(50.) Talousennusteet lyövät toisiaan korville. Yksi ennustaa selvää kasvua, toinen sanoo Suomen ajautuneen uudestaan taantumaan. Yhteinen huoli on euroalueen velkakriisi. (AL 16.6.2010)

(62.) Tapiola löi pöytään pessimistisimmän ennusteen ja alensi arvionsa tämän vuoden talouskasvusta nollaan. Pankki perusteli näkemystään alkuvuoden heikommilla kasvuluvuilla sekä sillä, että maailmantalouden näkymät ovat heikentyneet. (KVA, KSML & KP 16.6.2010)

Sen sijaan metaforat niissä uutisissa, joissa kerrotaan Tapiolan uusista hankkeista tai tiloista, ovat mairittelevia ja myönteisiä. Metaforat ovat maskuliinisia ja myönteisiä..

(58.) Turun alue saa lisää muskeleita (TS 17.2.2010)

(58.) Tapiola virtaviivaistaa alueorganisaatiotaan. (TS 17.2.2010)

(58.) Tapiola on viime vuodet panostanut oman pankkinsa kehittämiseen, ja työ näyttää kantavan hedelmää. (TS 17.2.2010)

(72.) Kutsuvieraat korkkasivat Tapiola-ryhmän uudet tilat. (SS 16.3.2010)

Syy-seuraussuhteet

Maakuntalehdissä kvasilogiikka argumentoinnin perusteluna ei ole niin kovassa huudossa kuin talouslehdissä. Se voi johtua lehtien toimitusten linjoista. Lukijalle halutaan antaa joitakin muita perusteluita kuin luvut. Luvut ovat toisaalta konkreettisia, eikä niitä voi kyseenalaistaa. Ainoa ongelma on, että pihtiputaan mummon pitää tietää osakkeiden määrät, markkinaosuudet ja prosenttilasku, jos hän haluaa ymmärtää alla olevia tekstejä:

(44.) Eläke-Tapiola: Osakkeiden määrän kaksinkertaistaminen vuoden kuluessa toi hyvät tuotot. (HS 6.4.2010)

(65.) Päijät-Hämeessä pankki kasvatti antolainaustaan 10 prosenttia ja ottolainausta 7 prosenttia, kertoo Paikallisjohtaja Seija Mustonen. (ESS 20.8.2010)

(73.) Tapiolan asema Itä-Suomessa on muutoinkin hyvin vahva, mitä kuvaa muun muassa henkilöasiakkaiden moottoriajoneuvovakuutusten markkinaosuus. Se on Kuopion-Varkauden alueella 29,2 prosenttia ja Etelä-Savossa 31,4 prosenttia. (SS 17.2.2010)

(73.) Kuopion-Varkauden alueen paikallisjohtaja Juha Korhosen mukaan viime vuosi oli myynnillisesti hyvin positiivinen. Tapiola-Pankin asiakasmäärä kasvoi 29 prosenttia Kuopion-Varkauden alueella. Pankin luotonanto lisääntyi vajaa neljänneksen. (SS 17.2.2010)

Prosenttiosuudet uutistekstissä ovat usein hämääviä. Asiakasmäärän kasvaminen esimerkiksi 30 prosentilla kuulostaa suurelta, mutta toimittajan olisi otettava selvää mittasuhteista. Kasvoiko asiakasmäärä kuudesta yhdeksään vai kuudesta sadasta yhdeksään sataan? Kvasilogiikka, joka liitetään johonkin isompaan kokonaisuuteen, tässä tapauksessa suomalaisiin, toimii paremmin. Se on vakuuttavampaa ja helpompaa ymmärtää.

Tässä tapauksessa Tapiolan tiedotus on pureskellut luvut onnistuneesti valmiiksi ja näin ollen luvut päätyvät Helsingin Sanomien sivuille.

(45.) Yli puolet suomalaisista luottaa siihen, että yhteiskunta hoitaa riittävän taloudellisen turvan tulevaisuuden varalle. Kaksi kolmesta ei aio aloittaa eläkesäästämistä, selviää Tapiola Pankin Arjen katsaus -kyselytutkimuksesta. (HS 26.3.2010)

Yleisö ja esisopimus

On hieman yllättävää, että maakuntalehdissäkin uutisten kohdeyleisö on erittäin partikulaaria. Onhan maakuntalehdissä yleensä taloussivut erikseen, mutta silti odotin maakuntalehdiltä hieman inhimillisempää lähestymistapaa. Tunteiden sijasta vedotaan järkeen, mitä voinee pitää tyypillisenä talouselämälle. Jokin asia tehdään siksi, että siitä saadaan taloudellista *hyötyä*. Maakuntalehdet asettuvat harvoin lukijan puolelle. Aamulehdessä sentään pitkäaikaissäästämisestä kertovissa jutuissa asioita käsitellään kuluttajan tai säästämisaikeissa olevan näkökulmasta, mutta mitään yleismaailmallista kontekstia jutuissa ei ole:

(49.) "Asiakkaat ovat taas aktiivisia. He kilpailuttavat ja vaihtavat pankkia, mutta ei pelkää vaihtamisen ilosta, vaan taloudellisen hyödyn tai palvelun takia", sanoo Pirkanmaan paikallisjohtaja Sakari Viitanen Tapiolasta. (AL 20.8.2010)

(51.) Pankit markkinoivat veroetua, mutta unohtavat kertoa sijoittamiseen liittyvät kulut. (AL 3.4.2010)

(51.) Sidottua pitkäaikaissäästämistä suositellaan niille, jotka haluavat säännöllistä tuloa lakisääteisen eläkkeensä lisäksi. Eläkettä varten voi toki aivan hyvin säästää myös ilman PS-tiliä. Sen etuja vapaaseen säästämiseen verrattuna ovat verovähennysoikeus ja mahdollisuus vaihtaa sijoituskohdetta ilman, että jo ansaituista tuotoista pitää välillä maksaa pääomaveroa. (AL 3.4.2010)

6.3.1 Koirat, Kuopio ja Kalpala

Yllä oleva otsikko kertoo aineistossa olevat teemat, joiden esisopimuksessa on yleismaailmallisempia ja inhimillisempiä, *human interest* -aiheita.

Kaleva uutisoi joulukuussa urheista koirista, jotka pelastivat perheensä uhkaavalta tulipalolta. Tapiola antoi sankarikoirille rahapalkinnon. Uutisen argumentointi on hyvin yksiselitteistä:

(60.) "Ilman koiria emme olisi hengissä", tulipalosta selvinneet Kolut kertovat. (KVA 11.12.2010)

Vaikka uutinen ei varsinaisesti koske Tapiolaa, Tapiola saa uutisesta myönteistä julkisuuskuvaa. Uutisen faktalaatikossa kerrotaan, että Kennelliitto ja Tapiola palkitsevat 14 sankarikoiraa. Palkintosummia ei kerrota, mutta Tapiolalle tämä on lähes voitto, koska asuntopalojen korvaussummat voinevat nousta kymmeneen, ellei satoihin tuhansiin euroihin.

Savon Sanomien uutinen Tapiolan uusista toimitilojen avajaisista Kuopiossa on osuva esimerkki siitä, kuinka maakuntalehdet elävät paikallisuudesta. Kolmannessa luvussa kerroin, kuinka media on kotiseururakas. Rakentaminen, remontit ja uudet työpaikat tuovat lehden levikkialueelle rahaa. Lehti voi saada osansa näistä rahavirroista mainostilan avulla. Maakuntalehden kannattaakin lähettää toimittaja ja valokuvaaja paikan päälle kilistelemään. Voidaan puhua, että tällainen on voitto-voitto tilanne niin lehdelle kuin yrityksellekin. Esisopimus tällaisessa jutussa on kevyempi ja viihteellisempi, mutta työ- ja talouselämä on tässäkin jutussa taustalla.

(72.) Tahkolla viihtyvä Tapiolan puhelin- ja verkkopalvelunyksikönjohtaja Hanna Roos kehuu kuopiolaisia hyvän asenteen vuoksi hyväksi rekrytoitaviksi. -Palkkasimme äskettäin kymmenen uutta työntekijää. Helsingiläiset kokevat, että palvelu on täällä lupsakampaa. (SS 16.3.2010)

(72.) "Kuljeksimme yhä tiloja hämmästyksellä ihailen", kertoi aluejohtaja Sari Ruottinen. (SS 16.3.2010)

Toimittaja ei tuo esille muuton syitä ja seurauksia, mutta ne ovat lukijan pääteltävissä. Kuopiolaiset ovat varmaankin lupsakoita ja hyviä asiakaspalvelijoita, mutta todellisuudessa Tapiola-ryhmä on laskenut, että aluetoimiston ja asiakaspalvelukeskuksen yhdistämisellä säästetään rahaa. Työvoimakustannukset ovat Kuopiossa todennäköisesti

myös pienemmät kuin esimerkiksi Pääkaupunkiseudulla. Puhelinpalvelukeskus ei ole riippuvaista maantieteellisestä sijainnista. Se kannattaa toteuttaa siellä, missä se on edullisinta ja käytännöllisintä.

Pääjohtaja Asmo Kalpalan 60-vuotismerkkipäivä sai useassa maakuntalehdessä huomiota. Argumentointi näissä jutuissa perustuu usein henkilöön ja hänen tekoihinsa. Kalpala ja hänen tekonsa tulevat esiin jo monessa otsikossa:

(63.) Heikompien auttaja ja paremman maailman vakuuttaja (KVA 24.5.2010)

(67.) Paremman maailman vakuuttaja (ESS 19.5.2010)

(71.) Elämän vakuuttaja (SS 20.5.2010)

Kalevan, Etelä-Suomen Sanomien ja Savon Sanomien uutisten varsin mairittelevat otsikot antavat Kalpalasta kuvan vakuutusyhtiöiden hyväntekijänä, kuka on heikompien puolella. Leipätekstistä löytyy otsikoille katetta. Jutuissa kuvaillaan Kalpalan uraa, mutta hän ei tyydy vain turisemaan mukavia. Kalpala puhui aiemmin keväällä 2010 vastuullisuudesta, ja vastuun kantaminen ilmenee uutisten retoriikassa:

(63.) "On alettu julistaa, ettei yrityksillä ole vastuuta muusta kuin voiton maksimoinnista. Se on niin suurta typeryyttä, että Keisarin uudet vaatteet -satu kalpenee sen rinnalla." (A.Kalpala/KVA 24.5.2010)

(67.) Kalpalankin piti jäädä eläkkeelle toukokuun lopussa, mutta suunnitelmat muuttuivat. Pari vuotta sitten todettiin, että Tapiola-ryhmässä edessä oleva sukupolvenvaihdos vaatii vielä muutaman vuoden mukanaoloa. (ESS 19.5.2010)

(71.) "Opiskeluaikoina kiinnostuin syvällisemmistä asioista kuin rahanteko. Mietin, jäisinkö kauppakorkeaan vai tekisinkö jotain muuta," Tapiola-ryhmän pääjohtaja muistelee. (SS 20.5.2010)

Otsikoiden samankaltaisuus ei ole sattumaa. Kaikilla uutisilla on sama kirjoittaja, STT:n Taina Dahlgren. Otsikoita ja väliotsikoita on muokattu toimituksissa, mutta muuten uutinen on sama. Havaitsin maakuntalehtien uutisoinnissa samaa homogeneisyyttä, mitä analysoin enemmän seuraavassa luvussa.

Helsingin Sanomien otsikko on objektiivisempi, ja viittaa Kalpalaan enemmän yksityishenkilönä. Otsikosta tulee kuitenkin ilmi vastuullisuus – taas! Harrastukset saavat odottaa, siihen asti kunnes oma työ on saatu kunnialla päätökseen. Häntä kuvaillaan myös yritysjohtajana, joka uskaltaa uhmata isompiaan.

(43.) Moottoripyörä saa odottaa (HS 24.5.2010)

(43.) Asmo Kalpala jatkaa Tapiolan pääjohtajana vuoden 2012 loppuun, kun pyydettiin. (HS 24.5.2010)

(43.) Erilaisuuden korostuksellaan ja suomalaisen finanssimarkkinan kritiikillään Kalpala on vuosien mittaan onnistunut ärsyttämään toimialalla monia. (HS 24.5.2010)

Ja kvasilogiikkaa livahtaa tähänkin uutiseen, mikä ilmenee Kalpalan kommentissa:

(43.) ”Vahinkovakuutuksessa me olimme parikymmentä vuotta sitten 12 prosentin pinnassa, mutta nyt yli 18 prosentissa. Me olemme kasvaneet noin 50 prosenttia ja täysin orgaanisesti, ilman yritysostoja.” (HS 24.5.2010)

6.4 Johtopäätöksiä

1. Tiedotteet eivät mene läpi sellaisinaan helpommin niin maakuntalehdissä kuin talouslehdissäkään, Keskipohjanmaan tapausta lukuun ottamatta. Tiedotteita suositaan maakuntalehdissä useammin ensisijaisina lähteinä enemmän kuin talouslehdissä. Tiivistettyjä tiedotteita esiintyi maakuntalehdissä aineistossa talouslehtiä enemmän.
2. Pääjohtaja Asmo Kalpalaa siteerattiin ylivoimaisesti enemmän maakuntalehdissä kuin talouslehdissä. Kalpalan 60-vuotissyntymäpäivä nosti osumien lukumäärää. Jaetulla toisella sijalla olivat Yritysten Henki-Tapiolan toimitusjohtaja Juha-Pekka Halmeenmäki Eläke-Tapiolan toimitusjohtaja Satu Huber sekä pääekonomisti Jari Järvinen. Maakuntalehtien paikallisuus tuli esille, koska Tapiolan paikallisjohtajia siteerattiin useimmissa lehdissä.
3. Uutisointi tiedotteiden pohjalta on maakuntalehdissäkin hyvin neutraalia ja objektiivista. Talouslehtien tapaan ps-tilejä koskevassa uutisoinnissa myös maakuntalehdet ovat asettuneet lukijan puolelle. Esimerkiksi Aamulehti vinkkaa jo otsikossa, että ”Eläkesäästäjän uutuustuote kätkee monimutkaiset kulut.” (51.)
4. Maakuntalehdissä argumentointi on usein syy-seuraussuhteisiin perustuvaa. Jos tiedotteissa argumentointi on kvasiloogista, lehdet usein myötäilevät tiedotteen linjaa. Talouslehtien tapaan maakuntalehdet eivät kirjoittaneet Tapiolasta kriittiseen tai negatiiviseen sävyyn.
5. Maakuntalehdissä oli 37 kovaa uutista 49:sta. Tämä kertoo toisaalta sen, että lehdet luottavat tiedotteiden tietäväisyyteen mutta toisaalta sen, että maakuntalehdissä ei ole resursseja etsimään omia näkökulmia tiedotteiden aiheisiin. Toimittajilla ei välttämättä ole rohkeutta tai tietoa kyseenalaistaa ennusteita ja tulosjulkistuksia.

7 Pohdinta

Tässä luvussa esittelen koko vuoden 2010 Tapiolan lehdistötiedotteisiin pohjautuvaa uutisointia ja kokoan yhteen tutkimuksen tuloksia. Arvioin myös tutkimukseni luotettavuutta. Lopuksi pohdin mahdollisia jatkotutkimusten aiheita.

7.1 Yhteenveto tiedotteiden näkyvyydestä talouslehdissä vuonna 2010

Lehdistötiedote ”Tapiola Pankki tuo markkinoille kuukausimaksuttoman PS-tilin” (25.3.2010) sai eniten näkyvyyttä talouslehdissä. Tätä tiedotetta tai sen osia on käytetty aineiston talouslehdissä lähteenä 11 kertaa. Toiseksi eniten näkyvyyttä sai samana päivänä julkaistu ”TAPIOLA PANKIN ARJEN KATSAUS 1/10: Verotuksellinen etu on merkittävä syy eläkesäästämisen aloittamiseen.” Arjen katsausta oli käytetty lähteenä 10 uutisessa.

Tapiolan lehdistötiedotteita käytetään talouslehdissä eniten taustalähteenä.

Tiedotteita hyödynnetään talouslehdissä, mutta niitä muokataan rajusti. Jos tiedote menee läpi sellaisenaan, se on yleensä typistetty sadan merkin sähkeutiseksi. Tiedotetta saatetaan myös palastella useaksi eri uutiseksi.

Tiedotteessa esitetty asia saattaa päätyä johonkin suurempaan kokonaisuuteen.

Vaikka tiedotteessa olisi kiinnostavaa tietoa ja kelpaisi uutiseksi sellaisenaan, on yleistä, että tiedotteesta poimitaan toimituksissa esimerkiksi tunnusluvut, ja ne liitetään suurempaan kokonaisuuteen, esimerkiksi eläkevakuutusyhtiöiden sijoitusten tuottojen vertailuun.

7.2 Yhteenveto tiedotteiden näkyvyydestä maakuntalehdissä vuonna 2010

Tiedotteita suositaan maakuntalehdissä ensisijaisina lähteinä enemmän kuin talouslehdissä. Tiivistettyjä, uutisen muotoon muokattuja tiedotteita esiintyi maakuntalehdissä aineistossa talouslehtiä useammin. Aineiston ainoa miltei sanasta sanaan kopioitu tiedote löytyi Keskipohjanmaan uutisesta. Voi vain arvailla, onko kyseessä toimituksen lipsahdus tai toimittajan laiskuus. Oletin, että aineistossa olisi ollut enemmän tällaisia *leikkaa-liimaa*-juttuja, mutta lopputulos oli ainakin journalismin opiskelijan näkökulmasta helpotus.

Maakuntalehdissä eniten lainatut tiedotteet olivat: ”Ennakkotietoja Eläke-Tapiolan tilinpäätöksestä vuodelta 2009: Menestyksekkäs sijoitusvuosikymmen huipentui ennätystulokseen” (26.1.2010) sekä ”Ennakkotietoja vuoden 2009 tilinpäätöksestä: Tapiola-ryhmällä hyvä vuosi” (16.2.2010) Maakuntalehdet olivat käyttäneet molempia lähteinään 10 kertaa.

Esitin teoriaosuudessa, että paikallislehdet saavat elinvoimansa lähialueiltaan. Tapiolan uudet toimitilat uutisoitiin näyttävästi ja myönteisesti Savon Sanomissa. **Aineiston perusteella myös tulostiedotteiden räätälöiminen paikallisten lehtien tarpeisiin kannattaa:** Tapiolan alueellisia tuloksia julkaisivat Aamulehti, Turun Sanomat, Etelä-Suomen Sanomat, Savon Sanomat sekä Keski-suomalainen.

7.3 Talous- ja maakuntalehtien käsittelytapojen yhtäläisyydet ja erot

Lehdistötiedotteita käsiteltiin aineiston lehdissä hyvin neutraalisti. Hehkutus ei kuitenkaan mene välttämättä aina läpi. ”Huipputulos” saattaa muuttua ”vain” hyväksi tai tuottoisaksi painetuissa lehdissä. Negatiivista kirjoittelua en havainnut. Jyrki Antikainen totesikin, että vuonna 2010 näkyvyys oli tavoitteiden mukaista ja media käsitteli tiedotteita asiallisesti. (Antikainen, 17.2.2012)

Uudet tuotteet ja tuotelanseeraukset otetaan suurennuslasin alle sekä talous- ja maakuntalehdissä. Toimittajat olivat tehneet hyvää työtä selvittäessään pitkäaikais säästämistilien edut ja haitat. Talouslehdissä, kuten Arvopaperissa ja Taloustaidossa oli

monien aukeamien jutut ps-tileistä. Toimittajat eivät jättäneet kiveä kääntämättä tässä aiheessa.

Mainitsin viidennessä luvussa, että erilaiset numerot ja tunnusluvut ovat taloustoimittajalle tärkeä raaka-aine. **Aineiston perusteella talouslehdet käyttävät uutisissaan usein metaforia ja kvasilogiikkaa todellisuuden kuvaamiseen.** Metaforat saattavat olla tietoisia ja tarkoitushakuisia, tai alitajuisia. Ne ovat iskostuneet kirja- ja puhekieleen, vaikka ne ovat usein kaukaa haettuja ja ontuviakin. ”Ratsastaa tuottojen kärjessä” kuulostaa lennokkaalta tekstiltä, mutta antaako se paljon olennaista tietoa uutisen sisällöstä varsinkin, kun kyse on otsikosta?

Kaikki talous- ja maakuntalehdissä siteeratut olivat joko esimiehiä, johtavia analyytikkoja tai paikallisjohtajia. Sekä talous- että paikallislehdet kuitenkin siteerasivat pääekonomisti Jari Järvistä ahkerasti. Teoriaosuudessa kirjoitin, kuinka Aula ja Heinonen (2011, 169) toteavat, että erityisesti talous- ja toimiala-analyytikkojen ja asiantuntijoiden, mutta myös toimitusjohtajan, esittämää tietoa pidetään uskottavampana kuin yrityksen muun henkilöstön. Toimitusjohtajalla on yleensä parhaiten hallussa yrityksen kokonaiskuva, paikallisjohtajat pystyvät kommentoimaan oman alueensa tilannetta, ja asiantuntijat sekä analyytikot ovat perehtyneet johonkin erityisalaan juurta jaksain. Esimiehet ja johtajat päästelevät suustaan harvemmin sammakoita, koska he todennäköisesti tietävät miten median kanssa pitää menetellä. Tapiola on siis ilmeisen oikealla linjalla.

Asmo Kalpalan merkkipäivä sai huomattavasti enemmän näkyvyyttä maakuntalehdissä. STT:n tuottama juttu julkaistiin niin Kalevassa, Etelä-Suomen Sanomissa, kuin Savon Sanomissakin. Tässä tapauksessa maakuntalehdet ovat yleismaailmallisempia. Odotin, että tällaisia juttuja olisi ollut maakuntalehdissä enemmän. Jos Tapiolan arvot ilmenevät pääjohtajassa, Kalpala on omaksunut ne hyvin ja puhuu niiden puolesta. Tätä näkyvyyttä pidän aineiston onnistuneimpana. ”Vastuu tavaksi”-viesti levisi ilmaiseksi ja nerokkaassa muodossa.

7.4 Tutkimuksen arviointi

Opinnäytetyöni aihe on sikäli ajankohtainen, että viime vuoden marraskuussa valmistui viestinnän tutkijan Laura Juntusen tekemä *Leikkaa-liimaa-journalismia*-tutkimus, jossa tutkittiin lehdistötiedotteiden vaikutusta lehtien uutisointiin. Tulos oli hurja: noin kolmasosa verkkouutisista perustuu lehdistötiedotteisiin. Tutkimukseni aineiston perusteella painetut talous- ja maakuntalehdet eivät, ainakaan toistaiseksi, ole tiedotteiden temmelyskenttää.

Tiedotteiden vaikutus on kuitenkin havaittavissa sekä talous- ja maakuntalehtien uutisoinnissa. Kaikkiaan Tapiolan lehdistötiedote oli ainoa lähde kaikkiaan 28 uutisessa 150:stä, mikä on noin kaksi kymmenestä. Tapiolassa on laadittu tiedotteet hyvin. Niiden sisällöstä on saatu riittävän kiinnostavaa ja yksiselitteistä, jotta lehdet huomioisivat ne. Toimittajaopiskelijana on helpottavaa huomata, että yritykset ja muut organisaatiot eivät määrittele toistaiseksi printtilehtien sisältöä, mutta mikä on suunta tulevaisuudessa?

Tämä opinnäytetyö oli ensimmäinen tutkimukseni. Se opetti minulle, kuinka tutkimus laaditaan ja miten se syntyy. Erityisen valaisevaa oli se, kuinka vakavasti otettava tutkimus vaatii runsaasti työtä, mutta myös aikaa kypsytelyyn. Oli välillä turhauttavaa pimeinä joulukuisina päivinä etsiä tutkimuskysymykseen soveltuvaa ja riittävän selkeää metodologiaa. Selailin useita lähdeteoksia, ja lopulta kuin pätevä metodi löytyi, onnistumisen tunne oli aito.

Aineisto oli laadulliseen tutkimukseen riittävä. Olisin ehkä ottanut mukaan vielä jonkin maakuntalehden Lapista, jolloin tutkimus oli kattanut maantieteellisesti koko Suomen Ahvenanmaata lukuun ottamatta. Aineiston ryhmittely ja analysoiminen vaatii opinnäytetyössä ylivoimaisesti eniten aikaa. Suurempi aineisto olisi tuskin antanut erilaisia tuloksia. Lisäksi tutkimusmenetelmiä olisi todennäköisesti pitänyt muuttaa kvantitatiiviseksi, mikä ei olisi soveltunut asetettuihin tutkimuskysymyksiin. Viestintäjohtaja Jyrki Antikaisen antama materiaali ja sähköpostihaastattelu täydensivät havaintojani ja auttoivat minua erityisesti kehitysehdotusten tekemisessä.

Valitut tutkimusmenetelmät soveltuivat mielestäni tutkimuskysymyksiin hyvin. Ensimmäinen menetelmä kertoo, miten ja miltä osin tiedotteita hyödynnetään eri lehdissä. Jälkeenpäin ajateltuna uutisia olisi ehkä voinut jaotella vielä useampaan kuin vain kolmeen ryhmään. Nyt monet uutiset kuuluvat sekä ryhmään 1 ja 3. Ryhmittelyä olisi voinut laajentaa esimerkiksi jaottelemalla ne uutiset, jossa jotakuta Tapiola-ryhmästä oli siteerattu.

Chaim Perelmanin retoriikkateoria soveltui mielestäni hyvin toiseen tutkimuskysymykseen, koska Mikko Koistinen oli soveltanut teoriaa talousuutisten analysoimiseen. Teoria oli myös mielestäni riittävän selkeä ja käytännöllinen, jolloin siihen oli helppo tarttua. Retoriikkateoria on puhdasta sisällönanalyysiä, jolloin uutisteksteistä voi löytää erilaisia merkityksiä. Rajatun ja tietyn sapluunan mukaan etenevän teorian ongelma on se, että omat havainnot voivat jäädä taka-alalle. Uutisia saatetaan helposti tarkastella tietyllä tavalla, tietyistä näkökulmista.

En kuitenkaan liiaksi turvautunut pelkästään tähän teoriaan, vaan pyrin tuomaan esille myös omia havaintoja ja huomiota. Esimerkiksi Kalpalan vastuullisuuspuheet (esimerkiksi TE 19/2010) ovat ristiriidassa Tapiolan sijoitustoiminnan kanssa. Talouselämä (41/2010) esitti, että ”sijoituksille saa yleensä hyvän tuoton sieltä, missä uutiset ovat ikäviä.” Eikö vastuullisuutta olisi se, että sijoitustuottoja ei pyritä hakemaan sieltä, missä asiat eivät ole niin hyvin?

7.5 Kehitysehdotuksia

Aineiston lehdistötiedotteista minulla ei ole juurikaan huomauttamista. Ne oli oikeaoppisesti laadittu. Mielestäni jotkin tiedotteet olisivat voineet olla lyhyempiä ja napakampia, vaikka A4-sääntöä ei nykyään ole. Vaikka ”jatkakaa samaan malliin” on kulunut fraasi, se sopii mielestäni hyvin Tapiolan lehdistötiedottamiseen. Tiedotteiden tulee olla uutismaisesti rakennettuja ja tarjota jotakin lukijalleen, tässä tapauksessa lähinnä lehdistölle. Tiedotteissa oli huomioitu hyvin kuluttajien näkökulmia. On suoraselkäistä Tapiola Pankilta myöntää, että pankkien tarjoamat palvelut ja tuotteet ovat joskus monimutkaisia.

Kun kirjoitan tätä opinnäytetyötä, on vuoden 2010 tiedotteiden lähettämisestä aikaa kulunut jo kaksi vuotta. Sen jälkeen Tapiolassa on tapahtunut paljon. Ensin tulivat yhteistoimintaneuvottelut, sitten tuli Tapaninpäivän myrsky ja helmikuussa 2012 tieto Tapiolan ja Lähivakuutuksen fuusioitumisesta. Nämä kaikki kolme olisivat mielenkiintoisia aiheita tutkimuksiin. Vuosi 2010 oli Tapiolalle toimittajan näkökulmasta armollisempi.

Jos aineistoa on saatavilla, opinnäytetyössä tai muussa tutkimuksessa voitaisiin analysoida yt-neuvottelujen saamaa näkyvyyttä mediassa ja arvioida esimerkiksi niiden vaikutusta Tapiolan maineeseen. Aiheesta tekee erityisen kiinnostavan se, että yt-neuvottelut olivat Tapiolan historian ensimmäiset. Lisäksi voitaisiin haastatella esimerkiksi tiedottajia ja koota heidän näkemyksiään tiedottamisen eri vaiheista.

Tapaninpäivän 2011 myrsky riepotteli eniten sähköyhtiöitä, ja vakuutusyhtiöt selvisivät vähemmällä. Olisi kiinnostavaa tutkia myrskyyn liittyvän tiedottamisen elinkaarta. Tässä tapauksessa olisi ehkä mielenkiintoista tutkia yhtä tiedotetta ja sen saamaa näkyvyyttä ja käsittelyä. Jos aineistoon olisi mahdollista saada verkkouutisia, voitaisiin verrata esimerkiksi verkko- ja painettujen lehtien käsittelytapojen eroja.

Lähivakuutuksen ja Tapiolan fuusioitumista on ehkä vielä liian aikaista alkaa tutkia, mutta siinä on monia aineksia laajemmillekin tutkimuksille. Aineistoa voisi esimerkiksi kerätä ja analysoida kolmessa eri vaiheessa. Tutkimuskysymyksiä voisivat olla esimerkiksi: *miten media otti vastaan tiedon fuusioitumisesta? Miten fuusioita käsiteltiin ja analysoitiin sen aikana? Millainen on uuden yrityksen maine ja näkyvyys fuusioitumisen jälkeen?*

Fuusio vaikuttaa myös Tapiolan viestintään. Mitä tapahtuu, kun kilpakumppanista tulee kumppani? Lähivakuutuksen ja Tapiolan viestinnän yhdistymisestä saa takuuvarmasti mielenkiintoisia tutkimusaiheita. Pohjana on kuitenkin yhtiöiden hyvä maine, johon on hyvä rakentaa uutta viestintää. Ihmisten tiedon tarve ei vähene, ja media arvostaa jatkossakin proaktiivista, informoivaa, rehellistä ja läpinäkyvää tiedottamista.

Lähteet

- Alasuutari, Pertti. 1995. Laadullinen tutkimus. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä 2001.
- Antikainen, Jyrki. 17.2.2012. Viestintäjohtaja. Tapiola-ryhmä. Sähköpostihaastattelu. Espoo.
- Antikainen, Jyrki. Tapiolan viestintästrategia 2010–2012. Vahvistettu 14.6.2010.
- Aro, J. 2011. Verkkouutisista kolmasosa kopioidaan tiedotteesta. Journalisti, 87,15.12.2011, s.4–5.
- Aula, P & Heinonen, J. 2011. Maineen uusi aalto. Talentum Media Oy. Helsinki.
- Cision Finlandin historia. Cision 2011. Luettavissa:
<http://fi.cision.com/Cision-yritystietoa/Cision-Finladin-historia/> Luettu 8.11.2011.
- Huovila, Tapani. 2003. Tiedolla korkoa – Suomalaista talousjournalismia 1900-luvulla. Inforviestintä Oy. Helsinki.
- Journalistin ohjeet 2011. Suomen Journalistiliitto 2012. Luettavissa:
<http://www.journalistiliitto.fi/pelisaannot/journalistinohteet/> Luettu 2.2.2012.
- Juholin, Elisa. 2006. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Inforviestintä Oy. Helsinki.
- Juholin, E & Kuutti, H. 2003. Mediapeli – anatomia ja keinot. Inforviestintä Oy. Helsinki.
- Koistinen, M. Pelkkää taloutta. Retoriikka journalismin tutkimuksessa. Teoksessa Kantola, A., Moring, I., Väliverronen, E. (toim.) 1999. Media-analyysi: tekstistä tulkintaan. Tammer-Paino Oy. Tampere.

Kantor, Irene. 2007. Median ja yrityksen vuoropuhelu. Talentum Media Oy. Helsinki.

Åberg, Leif. 2000. Viestinnän johtaminen. Inforviestintä Oy. Helsinki

Pienehkö sivistyssanakirja.

Luettavissa: <http://www.cs.tut.fi/~jkorpela/siv/index.html>. Luettu 11.1.2012

Tapiolan vuosiraportti 2010. Tapiola-ryhmä.

Luettavissa: http://www.tapiola.fi/NR/rdonlyres/1295A40C-A1AF-481E-9191-4E9347CFCADDE/0/Vuosiraportti_2010_nettiin_final.pdf. Luettu 28.9.2011.

Tietoja Tapiolasta 2011. Tapiola-ryhmä.

Luettavissa: http://www.tapiola.fi/www/Tapiola_ryhma/ Luettu 28.9.2011.

Tuomi, J & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. Helsinki.

Liitteet

Liite 1. Tapiola-ryhmän lehdistötiedote 17.11.2010

Tapiola aloittaa täyden palvelun arvopaperivälitystoiminnon

LEHDISTÖTIEDOTE

17.11.2010

Tapiola Pankki aloittaa täyden palvelun arvopaperivälitystoiminnon vuoden 2011 alussa. Vuodesta 2005 alkaen Tapiola on tarjonnut asiakkailleen osakepalvelua verkossa yhteistyökumppanin kautta. Nyt toiminta laajenee täysimittaiseksi, kun asiakkaiden arvopaperien ja arvo-osuustilien säilytys hoituu jatkossa Tapiolassa. Tapiola palvelee asiakkaita kaikissa pääomaluokissa oman arvopaperivälitystoiminnan kautta. Lisäksi asiakkaat saavat käyttöönsä Pankin markkinanäkemyksen ja sijoitussuosituksen sekä reaaliaikaisen raportoinnin verkossa. Uuden tammikuussa käynnistyvän toiminnon myötä Tapiola Pankki voi jatkossa olla myös kaikkien sijoittajien ykköspankki.

”Tuomme markkinoille täyden palvelun arvopaperivälityksen, jossa palvelemme asiakkaita laaja-alaisesti kaikissa sijoitustuotteissa”, kertoo arvopaperivälitystoiminnon johtaja Eero Saloranta Tapiola Pankista. Osakkeiden lisäksi asiakkaita palvelee korkotuotteissa, hyödykesijoituksissa ja pörssinoteeratuissa rahastosijoituksissa (ETF). ”Tarjomme asiakkaillemme mahdollisuuden sijoittaa tehokkaasti ja monipuolisesti eri sijoituskohteisiin saman meklarin kautta. Tämä mahdollistaa hyvien tuottojen saamisen erilaisissa markkinatilanteissa”, Saloranta huomauttaa.

Uuden palvelun myötä Tapiolan asiakkaat voivat myös säilyttää kaikki arvopaperinsa ja arvo-osuutensa Tapiolassa.

”Tapiola Pankki on määrätietoisesti laajentanut pankki-, säästö- ja sijoituspalveluiden tarjontaansa asiakkailleen. Tämän uuden arvopaperivälitystoiminnon myötä Tapiola voi tarjota yhden katon alta kaikki tarvittavat palvelut säästäjille ja sijoittajille”, Saloranta mainitsee.

Palvelut asiakkaalle sopivalla tavalla

Välityspalveluja tarjotaan asiakkaille sekä sähköisesti Tapiolan verkkopalvelun kautta että meklareiden henkilökohtaisella palvelulla. ”On tärkeää tarjota palvelua monipuolisesti asiakkaille sopivalla tavalla”, Saloranta toteaa. Henkilökohtainen palvelu on suunnattu instituutioasiakkaiden lisäksi myös yksityishenkilöille. Molempia asiakasryhmiä varten on rekrytoitu kokenut meklaritiimi.

Tapiolan nykyinen verkossa toimiva osakepalvelu uudistuu maaliskuussa. Jatkossa palvelu on liitetty Tapiolan omaan arvopaperisäilytykseen ja asiointi tapahtuu yksillä pankkitunnuksilla verkkopalvelussa.

”Nykyiseen palveluun verrattuna raportointiosiota on kehitetty merkittävästi ja asiakkaille tarjotaan myös tietoa pankin omasta sijoitustutkimuksesta sijoituspäätösten tueksi. Tapiola tulee myös jatkossa panostamaan voimakkaasti verkkopalveluiden kehittämiseen yhdessä asiakkaiden kanssa”, Saloranta sanoo.

Näkemyistä sijoituspäätösten tueksi

Kattavien välityspalveluiden lisäksi Tapiolan asiakkaat saavat käyttöönsä Pankin sijoitustutkimustimmin markkinanäkemyksen ja sijoitusideat. Sijoitustutkimuksen kulmakiviä ovat selkeät ja kantaaottavat sijoitussuositukset.

”Seurannassamme ovat kotimaisten pörssiosakkeiden lisäksi myös muut sijoituskohteet. Otamme aktiivisesti kantaa myös oikea-aikaiseen ajoitukseen sijoituspäätösten tueksi. Kaikki sijoitustutkimuksen tulokset ovat asiakkaiden käytössä suomenkielellä. Asiakas saa näkemyksemme käyttöönsä verkkopankin, sähköpostin tai meklarimme välityksellä”, Saloranta tähdentää.

Lisätietoja:

Arvopaperivälitys

Johtaja Eero Saloranta

Tapiola Pankki

puh. (09) 453 2980, gsm. 050 1629

Sijoitustutkimus

Pääanalyttikko Kim Gorschelnik

Tapiola Pankki

puh. (09) 453 2905, gsm. 050 338 9734

Sähköpostiosoitteet ovat muotoa etunimi.sukunimi@tapiola.fi

Tapiolan sijoitusnäkemyksistä kerrotaan säästäjä- ja sijoittaja-asiakkaille suunnatussa Sijoitustalous.fi-verkkolehdessä osoitteessa sijoitustalous.fi. Seuraa myös Sijoitustalouden blogia, jossa aloittaa nyt uutena bloggaajana Pankin pääanalyttikko Kim Gorschelnik. Arvopaperivälitystoiminnon johtaja Eero Saloranta liittyy mukaan bloggaajajoukkoon tammikuun alussa. Blogi löytyy osoitteesta sijoitustalous.fi.

Tapiolan tiedotuspalvelut/ Suvi Vesterinen

Liite 2: Talouselämän ja Kauppalehden uutiset 17.11.2010 julkaistun tiedotteen pohjalta

Talouselämä 39/2010

SIJOITUSELÄMÄ

Tapiola ja Fennia vokottelevat sijoittajia

Tapiola Pankki aloittaa arvopaperivälityksen ja Fennia sijoitusneuvonnan.

Sijoittajien kukkarolle on tunkua. Tällä viikolla Tapiola ilmoitti ryhtyvänsä arvopaperivälittäjäksi, ja Fennia puolestaan rakentaa rahastovalikoimaa ja haluaa sijoitusneuvojaksi.

Suurempi yllätys on Fennian sijoituspalveluyritys. Rahastoja Fennialla on yli 70, mutta tähän asti niihin on päässyt sijoittamaan vain veroedullisen mutta joustamattoman vakuutuksen kautta.

”Me haluamme parantaa palvelua. Asiakkaat ovat kyselleet, onko teillä varainhoitopalvelua”, sanoo Fennian sijoituspalveluyritystä rakentava **Antti Pietiäinen**.

Pietiäinen kertoo, että aluksi Fennia palkkaa kaksi tai kolme kokonutta varainhoitajaa. Lisää rekrytoidaan tarpeen mukaan. Samaan aikaan myyntihenkilökunta käy sijoituspalveluneuvojilta vaadittavat kurssit.

Pietiäinen uskoo, että Fennian tapaisen perinteisen toimijan lupahakemus ei viivy Finanssivalvonnan syynissä puolta vuotta pidempään.

Finanssivarataloa Fennia ei ole perustamassa.

”Kukaan ei ole edes lausunut äänen sanaa pankki.”

Tapiola sen sijaan on rakentanut finanssivarataloa jo pitkään. Ensin Tapiola laajensi vakuutusista rahastoihin, sitten se perusti pankin ja puolitoista vuotta sitten yksityispankin.

Nyt kun tarjonta täydentyy arvopaperivälitystoiminnoilla, Tapiola on finanssivaratalo sanan täydessä merkityksessä.

”Ilman välitystoimintaa palvelut jäisivät tyngäksi. Etenkin yksityispankkipuolella näemme suuria mahdollisuuksia, ennakkotuntumat ovat erinomaiset”, sanoo pankki-, säästö- ja sijoituspalveluiden yhtiöryhmää Tapiolassa johtava **Jari Saine**.

Asiakkaiden keskitämishaluun uskova Tapiola on haistanut myös markkinaraon. Arvopaperivälitystä johtava **Eero Saloranta** sanoo, että kotimaiselle välittäjälle on kysyntää pörssissä, jota hallitsevat ulkomaiset meklarit.

”Suomen lippu on yksi kiistan etu. Ehkä vielä oleellisempaa on se, että tarjoamme mahdollisuu-

den sijoittaa monipuolisesti eri sijoituskohteisiin saman meklarin avulla.”

Eri sijoituskohteet ovat osakkeet, korkotuotteet, raaka-aineet ja pörssinoteeratut rahastosijoitukset eli *etf:t*.

Tapiola on valmistellut välitystoiminnan aloittamista viime talvesta saakka. Saloranta kertoo rekrytoineensa kolme analytiikkaa, neljä meklaria ja neljä kauppojen jälkiselvittelijää.

Palvelu aukeaa ensi vuoden alussa, ja verkkovälityspalvelu uudistuu maaliskuussa. Välityksen lisäksi Tapiolan asiakkaat saavat käyttöönsä pankin sijoitustiimin markkinakatsaukset ja suositukset, joita Tapiola luonnehtii selkeiksi ja kantaottaviksi.

MARKO EROLA



MESSUT. Eero Saloranta julkisti Tapiolan arvopaperivälityksen Sijoitus-Invest-messuilla Helsingissä.

Kauppalehti 18.11/2010

Miksi Tapiola Pankki kosii sijoittajia?

Anneli Hertsi
anneli.hertsi@kauppalehti.fi

Tapiola Pankki ryhtyy ensi vuonna myös perinteiseksi arvopaperinvälittäjäksi, joka tarjoaa asiakkailleen kaikki sijoittamiseen liittyvät palvelut, kuten arvopaperisäilytyksen, uusitut verkkopalvelut, sijoitusneuvonnan ja omat sijoitussuosituksat.

Miksi Tapiola Pankki kosiskelee asiakkaiden sijoittajia, Tapiola Pankin johtaja Eero Saloranta?

- Tämä on viimeinen palikka, joka meidän sijoittamis- ja säästämissä palveluista puuttuu. Tämän jälkeen voimme olla myös sijoittajien yksipankki.

Kuinka iso panostus on?

- Käynnistyessä 12 henkeä, johon kuuluvat meklarit, analytiikat ja back office. Perinteiset palvelut ovat saatavissa puhelinpalveluna. Maaliskuussa tulevat uudistetut verkko-

palvelut, jotka on tähän asti ostettu kumppanilta, Nordnetille myydyltä eQ-Pankilta.

Eikö tämä olisi hoitunut halvemmalla verkossa kuin vanhanaikaisena henkilökohtaisena palveluna?

- Haluamme palvelu yksityishenkilöiden lisäksi yrityksiä ja instituutioita. Eri asiakkailla on erilaiset tarpeet. Eivätkä kaikki kauppapaikat ole sähköisiä.

- Jättäisin pois tuon vanhanaikaisen. Tästä on tulossa uudenlainen palvelu.

Mikä on uutta?

- Välitämme osakkeiden lisäksi joukkovelkakirjoja, pörssilistattuja rahastoja ja hyödykkeitä. Sama meklari palvelee kaikissa lajeissa.

Tienaako tällä? Pitääkö tarjota ilmaispalveluja?

- Emme tavoittele asiakkaita hinta edellä. Hinnosta tulee keskinäisen

yhtiön arvojen mukaisia. Vielä hinnastoa ei ole, kun ei ole toimilupaa kaan.

Lisää palvelua nykyisille 200000 asiakkaalle vai uusille?

- Sekä että. Fokus on yksityishenkilöissä ja yrityksissä isoja instituutioita unohdettamatta.



Tapiolan Pankin johtaja Eero Saloranta

Liite 3: Tiivistetyt lehdistötiedotteet talouslehdissä

Maaseudun Tulevaisuus
24.11.2010

Tapiolan pääkonttori vuoden teräsrakenne

Arkkitehti **Mauri Tommilan** johtama palkintolautakunta on valinnut vuoden 2010 teräsrakenteeksi Tapiola-ryhmän uuden Espoon Tapiolaan valmistuneen pääkonttorin.

Vuoden teräsrakenne -palkinnon voi saada rakennuskohde, jossa on hyödynnetty taitavasti teräksen ominaisuuksia ja joka on arkkitehtonisesti korkeatasoinen, teknisesti innovatiivinen ja joka vastaa nykyajan toiminnallisia vaatimuksia.

Palkintolautakunnan arvioitavaksi eteni neljä ehdokasta.

"Suuri pääkonttorikokonaisuus on hallitusti toteutettu. Rakennuksessa on onnistuneesti käytetty hyväksi teräksen ominaisuuksia muuntojoustavan, tehokkaan sekä viihtyisän ja tilallisesti vaikuttavan toimistokokonaisuuden synnyttämisessä."

MT

Talouselämä 39/2010

Eläke-Tapiola oli kunkku

Ainoa eläkeyhtiö, jonka sijoitustuotot viime vuodelta olivat suuremmat kuin tappiot toiselta vuodelta on Eläke-Tapiola. Sen tuotot olivat 13,5 prosenttia viime vuonna ja tappio toisella vuonna -8,3 prosenttia.

Kaikkien muiden eläkeyhtiöiden sijoitustappiot toiselta vuodelta olivat suuremmat kuin voitot viime vuodelta.

Paras sijoittaja viime vuonna oli Kuntien eläkevakuutus 18,9 prosentin tuotoilla. Valtion eläkerahaston luvut eivät olleet tiedossa.

Kauppalehti 18.11.2010

Yksinkertaisuutta pankkipalveluihin

Pankkiasiat selkokielellä. Yli puolet suomalaisista toivoo, että pankit ja vakuutusyhtiöt kertoisivat palvelujen ja tuotteiden sisällöstä selvemmillä kielellä. Tämä käy ilmi Tapiola Pankin Arjen katsauksen kyselytutkimuksesta. Puolet suomalaisista ilmoittaa, että heille on pankeissa tai vakuutusyhtiöissä tarjottu palvelua, jonka sisältöä ei ole selitetty riittävän ymmärrettävästi.

Asuntolainan korkoa ja marginaalia pidettiin melko helposti vertailtavana, mutta säästämisen ja sijoittamisen tuotteita, kuten rahastoja, joukkovelkakirjalainoja, säästöhenkivakuutusta ja lainaturvavakuutusta vaikeina.

Tutkimuksen mukaan hyvin tuoteistetut palvelut, joilla on tutulta kuulostava nimi, ovat kuluttajien mielestä helposti vertailtavia. Esimerkiksi korkokatto mielletään tällaiseksi.

- Asiakkaiden pitää olla kuluttajina vaativia, mutta myös palveluntarjoajan etu on toimia selväkielisemmin, sanoo Tapio Pankin varatoimitusjohtaja **Marja Pajulahti**. **Kauppalehti**

Kauppalehti 26.3.2010

Kymmenen prosenttia harkitsee ps-säästämistä

Reilulla viidenneksellä suomalaisista on vapaaehtoinen eläkevakuutus, selviää Tapiola Pankin Arjen katsaus -raportista.

Vajaat kymmenen prosenttia harkitsee eläkesäästämisen laajentamista uusilla pitkäaikaissäästämisen eli ps-tileillä. Yli kaksi kolmannesta ei aio aloittaa vapaaehtoista eläkesäästämistä.

Tapiolan kyselyyn vastasi tuhat 15-79-vuotiasta suomalaista. **Kauppalehti**



Kauppalehti 22.10.2010

Eläke-Tapiolan osakesijoitukset onnistuivat

Eläke-Tapiolan tammi-syyskuun sijoitustuotto oli 8,0 prosenttia. Huipputulos kaksinkertaistui kolmessa kuukaudessa, tulostiedotteessa markkinoitiin.

- Heinäkuun alun ja syyskuun lopun välinen tuotto oli peräti neljä prosenttia. Osakemarkkinoiden kehitys jatkui positiivisena heinäkuussa ja uu-

delleen erityisen vahvana syyskuussa, Eläke-Tapiolan sijoitusjohtaja **Hanna Hiidenpalo** kertoo tiedotteessa.

Tammi-syyskuussa parhaiten ovat tuottaneet osakesijoitukset ja joukkovelkakirjalainat. Suorat osakesijoitukset tuottivat lähes 14 prosenttia.

Osakesijoitukset Suomessa tuottivat 23 prosenttia ja Ruotsissa peräti 40 prosenttia, Eläke-Tapiola tiedotti.

Osakkeiden paino on noussut Eläke-Tapiolan salkussa. Osakkeiden osuus sijoituksista on nyt noin kolmannes.

Kauppalehti

Kauppalehti 26.3.2010

10,5

Työttömyys nousee 10,5 prosenttiin. Tämän vuoden keskimääräinen työttömyysaste nousee 10,5:een ja ensi vuonna illeen prosenttiin, Tapiola Pankki ennustaa. Pahimmillaan työttömyys voi käydä 13-14 prosentissa en-

si vuoden loppukeväällä.

Pankin katsauksen mukaan joka kolmas uskoo työllisyyden paranevan. Se on selvästi enemmän kuin vuosi sitten. Taloustutkimuksen kyselyyn vastasi helmikuussa tuhat suomalaista.

Pankki ennustaa bruttokansantuotteen kasvavan vuoden aikana yhdellä prosentilla ja talouden ensi vuonna 1,5 prosenttia. Viime vuonna bruttokansantuote supistui 7,8 prosenttia eli enemmän kuin kertaakaan vuosien 1917-1918 jälkeen. Tapiolan inflaatiionnuste tälle vuodelle on yksi ja ensi vuodeksi 1,5 prosenttia.

STT

Tapiola Pankki tuo markkinoille kuukausimaksuttoman PS-tilin

LEHDISTÖTIEDOTE

25.3.2010

Tapiola Pankki tuo markkinoille vapaaehtoiseen eläkesäästämiseen tarkoitettua PS-tilin huhtikuussa. PS-tili on eläkevakuutuksen tavoin verotettu pitkäaikaisen eläkesäästämisen tuote. Asiakas voi säästää vapaaehtoista eläkettä Tapiolan PS-tilin kautta alkuvaiheessa rahastoihin ja säästötilille. PS-tilistä ei peritä kuukausimaksua. Tapiolassa uskotaan, että uudet eläkesäästämisen vaihtoehdot lisäävät ihmisten halukkuutta täydentää lakisääteistä eläketurvaansa.

”Tarve omaehtoiselle varautumiselle eläkeaikaan ei vähene. Tuomme markkinoille kuukausimaksuttoman PS-tilin eläkesäästäjälle, joka haluaa itse aktiivisesti hallita säästöjään ja sijoituksiaan. Alkuvaiheessa säästökohteina ovat rahastot ja säästötili. Myöhemmässä vaiheessa pyrimme saamaan mukaan osakesijoitukset”, sanoo Tapiola Pankin toimitusjohtaja **Harri Lauslahti**.

Tapiola ei peri PS-tilisopimuksesta palvelumaksua eikä PS-asiakkailta peritä maksua verkkopalveluista. Sijoituskohteina olevista rahastoista peritään hallinnointi-, vaihto- ja lunastuskulut muttei merkintäpalkkiota. PS-tilin kautta säästettyä eläkettä voi alkaa nostaa aikaisintaan lain mukaisessa vanhuuseläkeiässä.

”Olemme halunneet tehdä tuotteen, joka on asiakkaan edun mukainen. Kun kuukausikulua ei peritä, Tapiolan PS-asiakas saa säästöilleen sijoituksen mukaisen tuoton. Laskimme, että jos olisimme perineet uudesta tuotteestamme 2 euron kuukausimaksun, pitäisi esimerkiksi 30 euroa kuukaudessa säästävän asiakkaan sijoituksen tuoton nousta yli 7 prosenttiin ja 100 euroa kuussa säästävän asiakkaan sijoituksen tuoton ylittää 2 prosenttia, ennen kuin asiakas pääsee säästöissä omilleen”, Lauslahti laskee.

Asiakas voi hallita säästöjään verkkopalvelussa

Asiakas voi muuttaa eläke-, sijoitus- ja maksusuunnitelmaansa itse Tapiolan verkkopalvelussa. Rahastoihin kertyneitä säästöjä voi siirtää rahastosta toiseen tai PS-eläkesäästötilille ja sieltä taas rahastoihin. Eläkesäästöjen tuotto koostuu valittujen rahastojen tuotosta ja eläkesäästötilin kokonaiskorosta.

PS-tilisopimuksen voi irtisanoa vain poikkeustilanteissa, jos asiakas päätyy avioeroon, puoliso kuolee, asiakas on yli vuoden työttömänä tai joutuu pysyvästi tai osittain työkyvyttömäksi. Asiakkaalla on oikeus siirtää sopimus toiselle palveluntarjoajalle säästöaikana.

PS-tilin kautta säästetyt eläkesäästöt saa vähentää pääomaverotuksessa samaan tapaan kuin eläkevakuutuksen maksut. Verovelvollisella on oikeus vähentää maksuja yhteensä 5 000 euroa vuodessa. Jos työnantaja on ottanut työntekijälleen vapaaehtoisen yksilöllisen eläkevakuutuksen, työnantajan siihen maksamat maksut pienentävät työntekijän verovähennyskelpoisten maksujen määrää. Verovähennys on pääomatulojen veroprosentin mukainen eli tällä hetkellä 28 prosenttia. Eläkeaikana vapaaehtoisesti säästettyä eläkettä verotetaan pääomatuloveroprosentin mukaan.

PS-tili kerryttää Tapiolan keskittävälle omistaja-asiakkaalle myös Tapiolan etuohjelman mukaista Omaetua, joka enimmillään tuo jopa 17 prosentin alennuksen vakuutusmaksuihin.

Erilaiset asiakkaat haluavat säästää eläkettä eri tavoilla

Taustatutkimukset asiakkaiden näkemyksistä osoittavat, että osa ihmisistä haluaa hoitaa eläkeaikaan varautumisen kuntoon ja jättää säästöistä huolehtimisen ammattilaisille. Toiset haluavat tehdä itse sijoittamisen ratkaisut ja pitää langat omissa käsissään.

”Ensimmäiselle ryhmälle eläkesäästämiseen sopii parhaiten eläkevakuutus. Jälkimmäiselle ryhmälle sopii PS-tili, jonka kautta eläkesäästöjen säästökohteita voi vaihtaa varsin vapaasti. Eläkevakuutus ja PS-tili ovat vaihtoehtoisia ratkaisuja, jotka meidän näkemyksemme mukaan ne lyövät kättä, eivät toisiaan”, sanovat Henki-Tapiolan toimitusjohtaja **Minna Kohmo** ja Harri Lauslahti.

”Uskon, että yhä useampi suomalainen alkaa eläkesäästäjäksi, kun uusia vaihtoehtoja eläkekaikaan varautumiseen tulee tarjolle. Oman lakisääteisen eläkkeen määrä ja mahdollinen täydentämisen tarve kannattaa selvittää. Säästökartoituksemme auttaa määrittelemään, millainen säästäjä on kyseessä. Tärkeintä on, että säästää ja varautuu tulevaan, ja totta kai verotuksellinen etu kannattaa käyttää hyväksi”, Kohmo ja Lauslahti sanovat.

Lisätiedot:

Ps-tili:

Harri Lauslahti

toimitusjohtaja, Tapiola Pankki

040-8478 790

Eläkevakuutus:

Minna Kohmo

toimitusjohtaja, Henki-Tapiola

050-5566507

sähköpostit muotoa: etunimi.sukunimi@tapiola.fi

Tiedotuspalvelut/ Tiina Riippa

Maaseudun Tulevaisuus 25.3.2010

Tapiolalta kuukausimaksuton ps-tili

KOKKOLA (KP)

Tapiola Pankki tuo markkinoille kuukausimaksuttoman PS-tilin eläkesäästäjälle, joka haluaa itse aktiivisesti hallita säästöjään ja sijoituksiaan. Alkuvälheessä säästökohteina ovat rahastot ja säästötili. Mukaan saadaan pienellä viipeellä myös osakesijoitukset, sanoi Tapiola-ryhmittäin Keskipohjanmaan paikallisoikeutaja Leevi Almasoja.

Tapiola ei peri PS-tilisopimuksista palvelumaksua eikä PS-asiakkailta peritä maksua verkkopalveluista. Sijoituskohteina olevista rahastoista peritään hallinnointi-, valit-

- Tarve omaehtoiselle va-

rautumiselle eläkeaikaan ei vähene. Tuomme markkinoille kuukausimaksuttoman PS-tilin eläkesäästäjälle, joka haluaa itse aktiivisesti hallita säästöjään ja sijoituksiaan. Alkuvälheessä säästökohteina ovat rahastot ja säästötili. Mukaan saadaan pienellä viipeellä myös osakesijoitukset, sanoi Tapiola-ryhmittäin Keskipohjanmaan paikallisoikeutaja Leevi Almasoja.

Tapiola ei peri PS-tilisopimuksista palvelumaksua eikä PS-asiakkailta peritä maksua verkkopalveluista. Sijoituskohteina olevista rahastoista peritään hallinnointi-, valit-

ja lunastuskulut muttei merkintäpalkkiota. PS-tilin kautta säästettyä eläkettä voi alkaa nostaa alkajaisinaan lain mukaisessa vanhuuseläkeikäessä.

-Olemme halunneet tehdä tuotteen, joka on asiakkaan edun mukainen. Kun kuukausikulua ei peritä, Tapiolan PS-asiakas saa säästöilleen sijoituksen mukaisen tuoton.

Asiakas voi muuttaa eläke-, sijoitus- ja maksusuunnitelmaansa itse Tapiolan verkkopalvelussa. Rahastoihin kertyneitä säästöjä voi siirtää rahastosta toiseen tai PS-eläkesäästötillalle ja sieltä taas rahastoihin. Eläkesäästöjen tuotto

koostuu valittujen rahastojen tuotosta ja eläkesäästötillin konaliskorosta.

PS-tilisopimuksen voi irtisanoa vain poikkeusolanteissa, jos asiakas päätyy avoeroon, puoliso kuolee, istukas on yllävuoden työttömänä tai joutuu pysyvästi tai osittain työkyvyttömäksi. Asiakkasilla on oikeus siirtää sopimus toiselle palveluntarjoajalle säästötillana.

PS-tilin kautta säästetyt elä-

kesäästöt saa vähentää pääomaverotuksessa samaan fa-

ppaan kuin eläkevakuutuksen maksut. Verovelvollisella on oikeus vähentää maksuja yhteensä 5 000 euroa vuodessa. Jos työnantaja on ottanut työntekijälleen vapaaehtoiseen yksilölliseen eläkevakuutukseen työnantajan siihen maksamat maksut pienemmät työntekijän verovähennykselpoisten maksujen määrää. Verovä-

hennys on päätösmatulojen veroproosentin mukainen eli tällä hetkellä 28 prosenttia. Eläkelaina vapaaehtoisesti säästettyä eläkettä verotetaan päätösmatuloveroproosentin mukaan.

PS-tili kerryttää Tapiolan keskitäisille omistajia Tapiolan keski- ja Tapiolan etuohjelman mukaista Omaetua, joka erimalliaan tuo jopa 17 prosentin alennuksen vakuutusmaksuihin ja patikkopalveluihin.

Asmo Kalpala 60 vuotta: Finanssialan rooli edellyttää vastuullisen aseman sisäistämistä

LEHDISTÖTIEDOTE

18.5.2010

Finanssialalle on luotava uudenlainen arvomaailma, jossa toimijat ottavat huomioon toimenpiteittensä pitkän ajan vaikutukset. Vastuullisuus ja yhteisöllisyys vahvistavat taloudellista vakautta ja hyvinvointia, sanoo Tapiola-ryhmän pääjohtaja Asmo Kalpala. ”Finanssialan rooli taloudessa ja yhteiskunnassa edellyttää vastuullisen aseman sisäistämistä. Toimiva itsesääntely turvaa parhaiten yhteiskunnan tarvitseman talouden vakaan kasvun.”

Asmo Kalpala viettää 60-vuotispäiväänsä torstaina 20.5.2010 Tapiola-ryhmän uudessa pääkonttorissa Espoon Tapiolassa.

”Nykyinen taloussuhdanne luo suuria haasteita yhteiskunnalliselle päätöksenteolle ja sekä valtiontalouden että eläkejärjestelmämme kestävyydelle. Yhteisöllisyys luo vastuuntuntoa yhteisistä asioista. Yritykset ovat osa yhteisöä paitsi taloudellisina toimijoina, myös ihmisten eli asiakkaiden, työntekijöiden ja sidosryhmien kautta. Tapiola-ryhmän tahto on olla vastuullinen ja yhteisöllinen finanssipalveluryhmä.”

Tapiola-ryhmä on kehittänyt vastuullista yritystoimintaa määrätietoisesti, ja näinä päivinä ilmestyy yhtiöryhmän seitsemäs yhteiskuntavastuureportti. Vastuullisuus on kiinteä osa Tapiolan strategiaa ja yhtiöryhmän arvoja.

”Tapiola haluaa viedä vastuullisuuden ruohonjuuritasolle saakka. Olemme laatineet vastuullisuuspaukset asiakkaille, henkilöstölle, ympäristölle ja yhteiskunnalle. Niillä saamme vastuullisuuteen konkretiaa, joka näkyy asiakaspalvelussa, työhyvinvoinnissa, ympäristötietoisuudessa ja riskienhallinnassa. Haluamme puhua asiakkaidemme kieltä, mutta olla myös keskustelunavaaja ja yhteiskuntavastuun arvovaikuttaja.”

Lahjojen sijasta lahjoitukset hyväntekeväisyyteen

Merkkipäivänä Tapiolan pääkonttorissa on avoimet ovet kello 14-17. Kalpala ei toivo merkkipäivänään lahjoja tai kukkia, vaan hän pyytää ohjaamaan mahdolliset huomionsoitukset Kirkon Ulkomaanavun toiminnan tukemiseen tai Pelastusarmeijalle.

”Vastuullisuuden pitää näkyä yritystoiminnassa, mutta sitä voi toteuttaa myös henkilökohtaisesti. Kaikki lähtee siitä, että rakennetaan ja tehdään yhdessä hyvää käytännönläheisesti. Siksi toivon, että lahjojen sijasta lahjoitukset menevät hyvään tarkoitukseen järjestöille, jotka tekevät työtä eniten apua tarvitsevien hyväksi Suomessa ja ulkomailla”, Kalpala sanoo.

Hyvän tekeminen näkyy myös Tapiola-ryhmän yhteistyökumppaneissa. Tapiola on Suomen Punaisen Ristin ystävätoiminnan pääyhteistyökumppani. Lisäksi Tapiola tukee Suomen Luonnonsuojeluliiton Löydä luonto läheltäsi -retkitoimintaa. Keväällä Tapiola solmi yhteistyösopimuksen Kirkon Ulkomaanavun Naisten Pankki -rahaston kanssa.

Mahdolliset huomionsoitukset pyydetään ohjaamaan:

Kirkon Ulkomaanavun toiminnan tukemiseen, tili 363630-1864362, viite ’Kalpala 60’ tai Pelastusarmeijalle, tili 578007-20284814, viite 2040.

Tiedustelut Outi Jussila-Merilä, puh. (09) 453 2101

■ MERKKIPÄIVÄT

Paremman maailman vakuuttaja

LEHTIKUVA / MÄRTTI KAINULAINEN

60 Pappis- ja yrittäjäajankokien kasvatti **Asmo Kalpala** oppi isältään arvostamaan toimintaa, jolla edistetään heikossa asemassa olevien ihmisten elämää.

Taloudellisen koulutuksen saaneen Kalpalan missioksi tuli humaani arvojen yhdistäminen talouselämään ja yritys-toimintaan.

Opiskeluaikoina kiinnostuin syvällisemmistä asioista kuin rahanteko. Mietin, jäsinsinkö kaupparokkeaan vai tekisinkö jotain muuta, Tapiola-ryhmän pääjohtaja muistelee.

Kalpala keksi välimuodon. Tilintarkastus on asiantuntijatyötä, eikä siinä ole rahanteosta kiinni. Pääsi **Antti Helenuksen** tilintarkastustoimistoon oli onnenpotku, josta urakehitys alkoi. Sen jälkeen kaikki on ollut sattuman viemää ja linkittynyt aina jotenkin Helenuksen toimistossa tehtyyn.

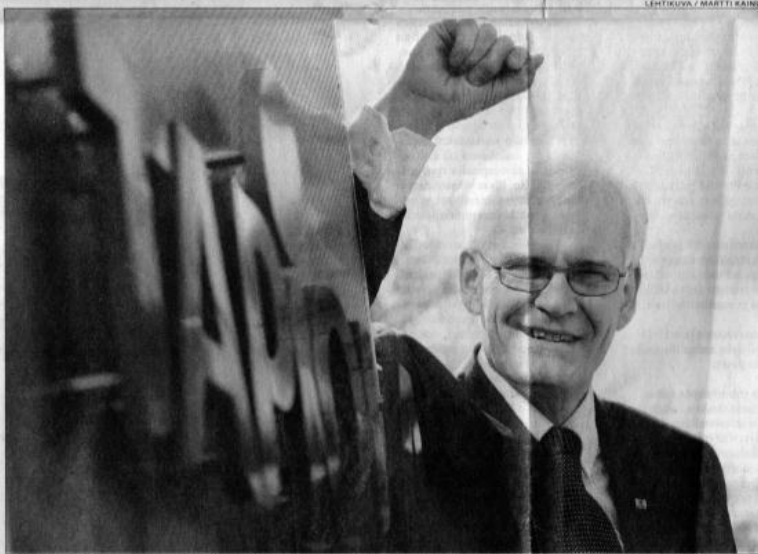
Silloin kun on kysytty, olen aina mennyt.

Moraali mukana

Pitkään on uskottu pääomamarkkinoiden kaikkivoipaisuuteen. Se on Kalpalan mukaan alistanut finanssialan toimijat palvelemaan vain yhtä sidosryhmää, osakkeenomistajia.

Suomen vertaansa vailla oleva menestys perustuu yhteiskunnalliseen eheyteen. Kaikki ovat mukana, ja kaikille tarjotaan mahdollisuus koulutuksen ja terveydenhuollon kautta. Nyt ollaan kuitenkin valittavasti matkalla kahtiajakautuneeseen yhteiskuntaan.

Kalpalan mukaan globaalisatio on johtamassa siihen, että rikkaiden ja köyhien maiden jako on tullut myös kehittyneiden maiden sisäin.



– Olen parhaimmillani, kun pitää selvittää vaikeasta tilanteesta. Se on minun varmaa kovaa osamistani, sanoo pääjohtaja Asmo Kalpala.

– On alettu julistaa, ettei yrityksillä ole vastuuta muusta kuin voiton maksimoinnista. Se on niin suurta typeryyttä, että satu keisarin uusista vaatteista kalpenee sen rinnalla.

Kalpala muistuttaa, että tiedämme historiasta, mihin ihmisten heittelejättö johtaa. Kun heitä alkaa olla riittävä massa, sitä ei pidätte mikään. Silloin vain tuhotaan yhteiskunta ja vakaan talouden pohja. Tä-

mä pitää talouden itse ymmärtää.

Yritystoiminnassa ei ole moraalia -ajattelu on Kalpalan mielestä aivan absurdia. Se tuhoaa talouden loppujen lopuksi.

Prätkäporukassa

Monilla yritysjohtajilla on tapana jäädä eläkkeelle täyttiesään 60.

Kalpalankin piti jäädä eläkkeelle toukokuun lopussa, mut-

ta suunnitelmat muuttuivat. Pari vuotta sitten todettiin, että Tapiola-ryhmässä edessä oleva sukupolvenvaihdos vaatii vielä muutaman vuoden mukanaoloa.

Tarkoitus on lopettaa pääjohtajana 2012 lopussa. Sitä vielä puoli vuotta kuluu mahdollisesti erityistehtävissä, muun muassa eurooppalaisen vakuutusalan järjestön Amicen johtotehtävissä.

Kalpala kuuluu prätkäporukkaan, joka on kiertänyt lähes koko Euroopan. Viiden vuoden välein on pyöräilty kauempana ja pidempään. Tänä vuonna Kalpalan oli tarkoitus tehdä pieni maailmanrympärimatka moottoripyörällä. Se jäi, kun eläkeikä ei koittanutkaan. Lokaussa pitää tyytyä Chilen päästä päähän ajoon.

Toistaiseksi isoin retki tehtiin viisi vuotta sitten Kaakkois-Aa-

Asmo Kalpala

■ Tapiola-ryhmän pääjohtaja

■ Syntynyt 24.5.1950 Helsingissä

■ Kauppatieteiden maisteri 1973, KHT-tilintarkastaja 1978

■ Pääasiallinen ura Tapiola-ryhmän palveluksessa, Tapiola-ryhmän kuuluvien vakuutusyhtiöiden hallitusten päätömisena puheenjohtajana 1987–

■ Kirkon taloudellisen neuvottelukunnan varapuheenjohtaja 2005–, Elinkeinoelämän Valtuuskunnan EAV:n valtuuskunnan jäsen 1993–, Suomen kulttuurirahaston hallituksen jäsen 2002, Kotimaayhtiöiden hallituksen jäsen 2006–, Euroopan keskinäisten ja osuustoiminnallisten vakuutusyhtiöiden etujärjestön Amicen presidentti 2008–

■ Vastaanotto 20.5. klo 14–17 Tapiola-ryhmässä, Revontulenkujat 1, Espoo

■ Mahdolliset muistamiset Kirkon Ulkomaa-avun toiminnan tukemiseen (tili 363630–1864362, viite Kalpala 60) tai Pelastusarmeijalle (tili 578007–20284814, viite 2040)

siassa. Thaimaassa, Laosissa ja Kambodjassa pyöräiltiin kuusi viikkoa. Haaveena oli aluksi Sikkite, mutta se osoittautui mahdottomaksi.

Suuri kaipuu nähdä maailmaa ja ihmisten elämää vertaa moottoripyöräilyyn. Siinä on vauhti ja rytmi mukana ja saa kosketuksen paikallisiin ihmisiin.

– Arvet asettuvat kohdalleen.

STT-Taina Dahlgren