

Nelly Rauhala

JÄNNITTEET TALOUSTOIMITTAJAN JA YRITYKSEN VIESTINTÄASIAANTUNTIJAN VÄLISSESSÄ VUOROVAIKUTUKSESSA

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta
Pro gradu -tutkielma
Maaliskuu 2020

Tiivistelmä

Nelly Rauhala: Jännitteet taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutuksessa
Pro gradu -tutkielma
Tampereen yliopisto
Puheviestinnän maisteriopinnot
Maaliskuu 2020

Mediamaailma ja siihen lukeutuvat säännöt sisällöntuottajien rooleista ja tehtävistä muuttuvat enenevässä määrin nyky-yhteiskunnassa. Toimittajat ja yritysten viestintäasiantuntijat joutuvat jatkuvasti kilpailemaan sisällöistä, yleisöistä ja ylipäättään tiedosta. Samaan aikaan kun toimittajat pyrkivät puolueettomaan ja objektiiviseen uutistuotantoon, yrittävät yritysten viestintäasiantuntijat saada mediassa läpi oman, subjektiivisen, sanomansa. Tällainen kilpailu on omiaan aiheuttamaan hankausta ja ristiriitaisuuksia kyseiseen vuorovaikutussuhteeseen.

Aiemmissa tutkimuksissa on havaittu, että toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välinen suhde näytetään toisinaan hyvinkin vaikeana. Kärjistetysti kyseistä suhdetta onkin aiemmissa tutkimuksissa nimitetty viha-rakkaussuhteeksi. Vaikka kyseisten ammattiryhmien välillä onkin todettu olevan ristiriitoja, ei aihetta ole ennen tätä tutkielmaa tutkittu suomalaisessa kontekstissa.

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoituksena olikin siis selvittää, millaisia jännitteitä taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutussuhteessa ilmenee. Tavoitteena oli löytää syitä jännitteiden muodostumiselle suomalaisessa kontekstissa. Lisäksi tutkielmalla haluttiin selvittää, miten vuorovaikutussuhteessa jännitteitä voidaan hallita ja miten niihin voidaan vaikuttaa. Tutkielman aineisto kerättiin haastatteleamalla kuutta taloustoimittajaa ja kuutta yrityksen viestintäasiantuntijaa.

Tutkielman tulokset osoittavat, että suomalaisessa kontekstissa taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutussuhteessa on läsnä relationaalisia jännitteitä, jotka vaikuttavat olennaisesti suhteen toimintaan. Varsinaisia jännitepareja havaittiin aineiston perusteella kaikkiaan kuusi ja ne ovat jännitteet autonomian ja yhteistyön, riippuvuuden ja riippumattomuuden, objektiivisuuden ja subjektiivisuuden, tyypillisyyden ja epätyypillisyyden, paljastamisen ja salaamisen sekä symmetrian ja asymmetrian välillä. Kiinnostava havainto on, että jännitteiden voimakkuus ja suunta näyttävät olevan riippuvaisia siitä, tarkastellaanko vuorovaikutusta taloustoimittajan vai yrityksen viestintäasiantuntijan näkökulmasta. Huomattavaa on myös se, etteivät jännitteet ole pelkästään negatiivinen asia ja esimerkiksi haastateltujen taloustoimittajien sekä aieman tutkimuksen valossa jännitteet näyttävät olevan hyvinkin merkityksellisiä kyseisen vuorovaikutussuhteen kannalta.

Avainsanat: professionaalinen viestintäsuhde, toimittaja, viestintäasiantuntija, relationaalinen dialektiikka, jännitteet

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	4
2 PROFESSIONAALINEN VIESTINTÄSUHDE.....	6
2.1 Roolit.....	6
2.1.1 Toimittajan ammattiprofessio.....	7
2.1.2 Viestinnän ammattilaisen ammattiprofessio	9
2.1.3 Lähentyvät professiot	11
2.2 Tehtävät ja tavoitteet	13
2.3 Vuorovaikutussuhde.....	17
3 RELATIONAALINEN DIALEKTIikka	19
3.2 Jänniteparit	22
3.3 Jännitteet.....	24
3.4 Relationaalinen dialektiikka aiemmissä tutkimuksissa	27
4 TUTKIELMAN TOTEUTUS.....	30
4.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset.....	30
4.2 Aineistonkeruu ja analysointi.....	34
5 TULOKSET	37
5.1. Jänniteparit	37
5.1.1 Autonomia ja yhteistyö	38
5.1.2 Riippuvuus ja riippumattomuus	43
5.1.3 Objektiivisuus ja Subjektiivisuus	45
5.1.4 Tyypillisuus ja epätyypillisuus.....	48
5.1.5 Paljastaminen ja salaaminen.....	52
5.1.6 Symmetria ja asymmetria.....	54
5.2 Jännitteisiin vaikuttaminen.....	56
6 DISKUSSIO.....	59
6.1 Tulosten tarkastelu	59
6.2 Tutkielman arviointi.....	64
6.3 Jatkotutkimusehdotukset	66
KIRJALLISUUS.....	69
LIITTEET	75

1 JOHDANTO

Mediamailma on viimeisten vuosien aikana muuttunut merkittävästi – eikä muutos näytä pysähtyvän. Nyky-yhteiskunnassa erityisesti journalistisen median merkitys tiedon tuottajana on hiipunut, ja sen rinnalle on noussut erilaisten organisaatioiden ja yritysten, erityisesti viestinnän ammattilaisten, tuottamat sisällöt. Kilpailu sisällöistä, yleisöistä ja vallasta journalistisen median ja organisaation viestinnän välillä näyttääkin kiihtyvän päivä päivältä enemmän. Esimerkiksi Helsingin Sanomain Säätiö (2020) on kiinnittänyt huomionsa tähän yhteiskunnallisesti merkittävään muutokseen, ja pyrkii nyt selvittämään, mistä kyseinen ilmiö kumpuaa. Säätiön olettamuksena on kiteytetysti se, että toimittajat ja viestijät pelaavat samalla kentällä eri säännöin.

Vaikka kyseinen aihe kiinnostaa julkisuudessa nyt enemmän kuin koskaan, eivät toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välisen vuorovaikutuksen haasteet ole tutkimuksellisesti uusi asia. Toimittajien ja viestinnän ammattilaisten välinen vuorovaikutus on nimittäin todettu tutkimuksissa jo aiemmin kompleksiseksi ja monimutkaiseksi (esim. Charron 1989; Delorme & Fedler 2003; Larsson 2009; Niskala & Hurme 2014). Suhdetta leimaakin tutkimuksen mukaan ennen kaikkea näiden kahden eri ammattiryhmän riippuvaisuus toisistaan (Macnamara 2016). Äärimmilleen vietynä toimittajien ja viestinnän ammattilaisen välillä on todettu olevan niin sanottu viha-rakkaussuhde (Ryan & Martinson 1988).

Vaikka viime aikoina tällaisesta viha-rakkaussuhdeajattelusta (esim. Tilley & Hollings 2008) ollaankin siirrytty neutraalimpaan suuntaan, voidaan taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisen vuorovaikutussuhteen nähdä kaipaavan molemminpuolisen ymmärryksen lisäämistä, sillä kyseisen vuorovaikutussuhteen merkitys yhteiskunnallemme on kiistattoman merkittävä. Esimerkiksi Jempsonin (2004, 267) mukaan toimittajan ja viestinnän ammattilaisen välinen saumaton yhteistyö on tärkeä edellytys nimenomaan avoimelle demokratialle.

Tietomäärän räjähdysmäisen kasvun ja valemedioiden sekä vaikuttamispyrkimysten lisääntyessä tarvitsemme lisää luotettavia tietolähteitä ja sitä kautta rehellistä uutistuotantoa. Tämä vaatii toteutuakseen taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden entistä vahvempaa yhteistyötä. Toimivan yhteistyön saavuttaminen ei kuitenkaan ole helppoa, sillä toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välistä vuorovaikutussuhdetta leimaavat ammattilaisten erilaiset professiot, joihin kuuluvat olennaisesti erilaiset roolit, tavoitteet, toimintakulttuurit, säännöt ja eettiset

ohjeistukset. Lisäksi toimittajien ja viestinnän ammattilaisten yleisösuhteet ja viestinnän kohderyhmät ovat toisinaan täysin erilaiset. Nämä tekijät ovat omiaan aiheuttamaan ristiriitoja jo valmiiksi monimutkaiseen vuorovaikutussuhteeseen (Niskala & Hurme 2014).

Tämän pro gradu -tutkielman tavoitteena onkin selvittää, millaisia jännitteitä kompleksisessa taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutussuhteessa ilmenee. Aiemmin havaittu toimittaja-viestintäasiantuntija -suhteen jännitteisyys tarvitsee viestinnällisesti pätevän teoreettisen selityksen, minkä vuoksi tutkimuksessa aihetta lähestytään relationaalisen dialektiikan avulla. Ylipäätään suhteen jännitteiden rakentuminen ja niiden nimeäminen ovat ehdottoman tärkeitä, jotta taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välistä suhdetta voidaan kehittää toimivampaan suuntaan. Sen vuoksi tässä tutkielmassa paneudutaan tarkastelemaan taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijan välistä vuorovaikutussuhdetta viestinnän näkökulmasta suomalaisessa kontekstissa.

Tutkielmaa varten haasteltiin kuutta suomalaista taloustoimittajaa ja kuutta suomalaista yrityksen viestintäasiantuntijaa. Haastateltaviksi sopivat sellaiset toimittajat, joiden työhön sisältyy säännöllisesti vuorovaikutusta yritysten viestintäasiantuntijoiden kanssa. Soveltuvia viestintäasiantuntijoita puolestaan olivat sellaiset, joiden työkuvaan kuuluu olennaisesti vuorovaikutus median eli taloustoimittajien kanssa.

2 PROFESSIONAALINEN VIESTINTÄSUHDE

Taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välinen viestintäsuhde on professionaalinen eli ammatillinen. Professionaalisille viestintäsuhteille on tyypillistä vuorovaikutussuhteen osapuolten erilaiset roolit, joiden vuoksi suhteen osapuolten välistä vuorovaikutusta hallitsee asymmetria eli epäsymmetrisyys. Tämä epäsymmetrisyys kumpuaa viestijöiden erilaisista velvollisuuksista ja oikeuksista, jotka puolestaan tulevat esiin siinä, miten viestijät suhteessa tuovat esiin tietoa, taitojaan ja tehtäviään. Epäsymmetrisyyden määrä on lopulta riippuvainen osapuolten oikeuksien ja velvollisuuksien tarkkarajaisuudesta. (Gerlander & Isotalus 2010, 8.) Seuraavaksi avataan professionaalista viestintäsuhdetta tämän tutkielman kontekstissa taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välillä. Aluksi tarkastellaan sekä taloustoimittajan että yrityksen viestintäasiantuntijan professioita, minkä jälkeen lähestytään viestintäsuhteen erilaisia tehtäviä, tavoitteita ja jännitteitä sekä ammattilaisten välille muodostuvaa suhdeulottuvuutta.

2.1 Roolit

Taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutussuhteessa roolien voidaan ajatella olevan melko tarkasti määritellyt. Yksinkertaistetusti voidaan ajatella, että taloustoimittajan tavoitteena on saada itselleen toivomansa tieto, kun taas yrityksen viestintäasiantuntijan rooliin kuuluu tiedon välittäjänä toimiminen (esim. Koch, Obermaier & Riesmeyer 2017; Simons & Strovsky 2018). Vaikka taloustoimittajalla olisikin tarkka visio haluamastaan tiedosta, on yrityksen viestintäasiantuntijalla tässä tapauksessa kuitenkin valta määrittää, mitä tietoa hän taloustoimittajalle antaa. Tällainen valta-asettelu aiheuttaa suhteen viestintään haasteita, sillä taloustoimittajan tavoite voi olla ristiriidassa yrityksen viestintäasiantuntijan tavoitteeseen nähden.

Taloustoimittajan tulee työssään noudattaa Julkisen sanan neuvoston (2014) määrittelemiä journalistisia ohjeita, joiden mukaan hänen on pyrittävä ennen kaikkea objektiivisuuteen. Sen sijaan viestintäasiantuntijan oletetaan noudatettavan työssään Viestinnän eettisen neuvottelukunnan (2015) ohjeistusta, jonka mukaan hänen on ennen kaikkea ajateltava työnantajansa etua. Nämä edut voivat olla ristikkäisiä esimerkiksi tilanteissa, joissa toimittajan pyrkimyksenä on selvittää yrityksen sisäisten prosessien vaikutuksia yhteiskuntaan. Viestinnän asiantuntijalla saattaa kuitenkin tilanteessa olla tarkkaan rajattu vaitiolovelvollisuus, eikä hän voi rikkoa tätä vain miellyttääkseen toimittajaa.

Nämä erilaiset roolit syntyvät toimittajan ja viestintäasiantuntijan erilaisista professionaalisuuskäsityksistä, joita avataan seuraavaksi.

2.1.1 Toimittajan ammattiprofessio

Sekä maailmalla että Suomessa toimittajaksi hakeudutaan hyvin samanlaisin perustein: tavoitellaan vapautta ja omien vahvuuksien hyödyntämistä sekä halutaan tehdä merkityksellistä työtä (Weaver & Willnat 2012; Harju, Heinonen & Koljonen 2017). Harjun, Heinosen ja Koljosen (2017) tutkimuksessa myös ”maailmanparannus” eli yhteiskuntaan vaikuttaminen toimii monilla ihmisillä kimmokkeena tavoitella uraa toimittajana. Vaikka alalle ja sitä opiskelemaan tuntuukin viime aikoina olleen tunkua, ei toimittajaksi pääseminen vaadi tiettyä koulutusta tai opintoja Suomessa (Harju, Heinonen & Koljonen 2017, 27). Koulutusvaatimuksen puute vaikeuttaa profession tarkkaa rajaamista ja määrittelyä sekä heijastuu toimittajien ammatti-identiteetin muodostumiseen. Ylipäätään Kivikuru ja Nordenstreng (2012) toteavat toimittajien professionaalisuuden olevan ristiriidassa käytännön työn kanssa. Heidän mukaansa toimittajan työhön liittyy myös ristiriitainen suhde yleisöön, ja edelleen muihin yhteiskunnan toimijoihin. Erityisesti toimittajien ja talouden sekä politiikan päättäjien suhteesta he löytävät jännitteisyyden. Kivikurun ja Nordestrengin (2012) mukaan tässä suhteessa toimittajat ovat ikään kuin altavastaavia eli taipuvaisia nöyrytykseen ja sitä kautta toimimaan lähteidensä toiveiden mukaan. Tähän liittyen on kiinnostavaa tutkia, heijastuuko toimittajan ja päättäjän suhteen mahdollinen jännitteisyys myös samassa vaikutuspiirissä työskenteleviin viestinnän asiantuntijoihin.

Toimittajien käsitykset omasta työstään ja siihen liittyvistä ideologioista ovat olennaisia, kun halutaan tarkastella heidän työhönsä kuuluvaa vuorovaikutusta. Toimittajan työtä ajatellaan ohjaavan eräänlaiset viisi ideaaliperiaatetta, jotka kiteyttävät ne pääasiat ja pyrkimykset, jotka toimittajat pyrkivät työllään saavuttamaan. Näitä periaatteita ovat totuudellisuus, julkinen palvelu, objektiivisuus, autonomia, välittömyys ja etiikka (Kovach & Rosenstiel 2001). Julkisella palvelulla tarkoitetaan toimittajien pyrkimystä toimia ”vahtikoirina” ja tarjota yleisölleen julkista palvelua tiedonmuodossa. Objektiivisuus taas merkitsee toimittajien pyrkimystä puolueettomuuteen, neutraaliuuteen, objektiivisuuteen ja reiluuteen. Näiden pyrkimysten kautta heidän ajatellaan saavuttavan uskottavuutensa. Toimittajien on lisäksi oltava työssään autonomisia, vapaita ja riippumattomia sekä välittömiä. Myös eettisesti ja legitiimisti tuotettu journalismi on ideaalityypin yhtenä vaatimuksena.

Toimittajan työstä tekee ainutlaatuisen ympäristö, jossa työtä tehdään. Toimittaja työskentelee journalismin kentällä, joka eroaa muista viestinnän alueen muodoista sen totuudenmukaisuusvaatimusten vuoksi (Kuutti 2015, 10). Toimittajan on siis työssään pyrittävä ennen kaikkea tuottamaan totuuteen pohjaavaa ja paikkaansa pitävää tietoa. Kuutti (2015) toteaa, että tämän vuoksi toimittaja joutuu käytännön työssään tasapainoilemaan jatkuvasti tietojen totuuden varmistamisen ja nopeasta tiedonjulkaisemisvaatimuksesta aiheutuvan ristiriitaisen paineen välillä.

Totuusvaatimuksen voidaankin nähdä aiheuttavan jännitteitä toimittajan jokapäiväisessä työssä. Kuutti (2015) mukaan tähän vaatimukseen tuo lisänsä toimittajan työhön kiinteästi liittyvä epävarmuus, joka hallitsee pitkälti toimittajan työtä. Deuze ja Witschge (2017, 168) puhuvat rajatyöstä (*boundary work*), millä he tarkoittavat toimittajien tarvetta jatkuvasti pohtia työnsä ja toimittajuuden määritelmiä. Toimittajan työhön liittyy olennaisesti myös journalismin professionille ominainen asema ikään kuin kahden voimakentän välissä, selviää Pietilän (2012, 21) tutkimuksesta. Pietilän mukaan toimittaja pyrkii samanaikaisesti vastaamaan sekä yleisön puolelta kumpuaviin käytännön elämän tarpeisiin että asiantuntemuslaitosten vaatimuksiin teorian ja tiedon jakamiseen liittyen. Ristiriitaisuus professionissa voi näin ollen syntyä ulkoisista paineista ja vaatimuksista.

Viime vuosien aikana kiihtynyt medianmurros ja siitä seuranneet vaikeudet toimittajien työlle ovat haastaneet entisestään toimittajien ammatti-identiteettiä. Willnatin, Weaverin ja Choin (2013) mukaan muutokset ovat samankaltaisia ympäri maailman, ja heidän mukaansa työelämän epävarmuus ja vahvan profession määritelmän puute ovat omiaan aiheuttamaan toimittajille epävarmuutta työhönsä nähden. Epävarmuuden ohella myös pitkien ja epäsäännöllisten työaikojen sekä stressaavan työympäristön ajatellaan vaikuttavan toimittajien työtyytyväisyyteen (Viererbl & Koch 2019, 3). Media-alan työelämämuutosten ja yt-neuvottelujen puristuksessa olleita toimittajia tutkineet Harju, Koljonen ja Heinonen (2017) havaitsivat monen toimittajan kokevan työelämän paineiden vuoksi ristiriitaisena. Toisaalta toimittajat nimittäin kertoivat nauttivansa työstään, mutta samaan aikaan riittämättömyyden tunne vaivasi useita tutkimukseen osallistuneita toimittajia. Tällainen työhön sisältyvä ristiriitaisuus on omiaan vaikuttamaan myös toimittajan vuorovaikutussuhteeseen viestintäasiantuntijoiden kanssa. Toimittajan ammatti-identiteetti syntyy pitkälti työn käytännöistä, joten muutokset media-alalla vaikuttavat täten myös toimittajien professionaalisuuteen.

Ylipäätään toimittajat joutuvat tutkimusten mukaan määrittelemään ammatti-identiteettinsä uudelleen. Usein kutsumusammattina pidetty toimittajuus on yhä useamman toimittajan kohdalla vaihtunut viestinnän alan tehtäviin, mikä Harjun, Koljosen ja Heinosen (2017) mukaan saattaa johtua toimitustyön ankeudesta. Niin kutsutut loikkaukset eivät suinkaan ole uusi ilmiö, sillä Delorme ja Fedler (2003) havaitsivat toimittajien ja viestijöiden suhdetta historiallisella analyysillä tarkastellessaan, että toimittajat ovat jo pitkään siirtyneet viestinnän alan työtehtävien pariin. Kiinnostavaa on huomata se, ettei toimittajan työ kaikesta kiinnostavuudestaan huolimatta ehkä olekaan ihmisten lopullinen ”päämäärä” vaan ennemminkin eräänlainen välivaihe kohti jotakin ”parempaa” (ks. Willnat 2013; Davidson & Meyers 2014). Koska toimittajien ”loikkaukset” viestinnän tehtäviin ovat lisääntyneet (esim. Preisler 2014; Järvi 2016), voidaan pohtia, lieneekö viestintä lopulta vetovoimaisempi ala kuin journalistiikka, ja millaisia jännitteitä mahdollinen kilpailu samankaltaisista työtehtävistä luo toimittajan ja viestintäasiantuntijan välille.

Toimittajan ammatillisen identiteetin on havaittu kuitenkin olevan melko joustava, mikä liittyy toimittajan pitkälti käytäntöihin nojaavaan identiteettiin (Harju, Koljonen & Heinonen 2017). Täten ammatti-identiteetti on erilainen riippuen tarkasteltavasta erikoistumisalasta. Esimerkiksi politiikan toimittajilla ja viihdetoimittajilla voidaan ajatella olevan varsin erilaiset identiteetit työnsä suhteen. Tässä tutkielmassa huomio keskitetään taloustoimittajiin, jotka työskentelevät tiiviisti yrityksen viestintäasiantuntijoiden kanssa. Rajausta on olennainen, sillä yrityksillä ei ole tiedottamisvastuuta toisin kuin esimerkiksi valtiohallinnollisilla organisaatioilla, joiden viestintää ohjaa julkisuuslaki. Koska aineistona toimivat taloustoimittajat, on yritysmaailma oletettavasti heille tuttu ja sitä kautta toimittajien voidaan ajatella ”puhuvan” samaa kieltä yrityksen viestintäasiantuntijoiden kanssa.

2.1.2 Yrityksen viestintäasiantuntijan ammattiprofessio

Kuten toimittajien myös viestintäasiantuntijoiden työt ja tehtävät vaihtelevat, eikä alalle ole vain yhtä ainoaa reittiä (esim. Åberg 2012; Juholin 2017). Jo se, että viestinnän ammattilaisia voidaan nimittää monenlaisilla termeillä, kertoo, ettei viestintä suoraan sulaudu yksittäiseksi tarkkarajaiseksi professioksi. Åbergin (2012, 23) mukaan ammattia voidaan nimittää professioksi, mikäli sillä on tieteellisesti tunnistettu sisältö, sitä harjoittavat tietyn alan koulutuksen saaneet ihmiset ja siihen liittyvät alan eettiset ohjeet. Lisäksi professio vaatii olemassaolonsa taustalle ammatillisen järjestön. Näihin seikkoihin nojaten voidaan ajatella, ettei viestinnän ammattilaisuus ole oma tarkkaan rajattu professio, vaikkakin Åbergin (2012) mukaan viestintä on kehittynyt kohti professiota vuosien

saatossa. Tällä hetkellä viestinnän ammattilaisen työhön liittyy sekä operatiivista ja taktista että strategista toimintaa. Lisäksi viestinnän toiminta on hierarkisoitunut ja työnimikkeet ovat lisääntyneet valtavasti (Åberg 2012, 32–33). Myös viestinnän ammattilaisten koulutustaustat eroavat merkittävästään, vaikkakin European Communication Monitorin (2019) mukaan Euroopassa viestinnän ammattilaiset ovat yleisesti hyvin koulutettuja.

Melginin (2020, 10–11) mukaan viestinnän ammattilaisuus on vaikuttamista, joka perustuu vuorovaikutukseen. Viestinnän ammattilaisen tehtävä on siis samanaikaisesti sekä hallita edustamansa organisaation toimintaa että vaikuttaa sen ympärillä oleviin toimijoihin vuorovaikutuksen keinoin. Kyse on siis pitkälti suhdetoiminnasta, jonka yksinkertainen kiteyttäminen on haastavaa. Melgin (2020, 10–11) myös muistuttaa, että viestinnän ammattilaisuus ei ole pelkkää tiedottamista, vaan siihen liittyy nimenomaan runsaasti myös vuorovaikutusta erilaisten sidosryhmien kanssa.

Tässä pro gradu -tutkielmassa tarkastellaan viestintäasiantuntijoita, joiden työhön sisältyy mediaviestintää ja tiivistä yhteistyötä taloustoimittajien kanssa. Tarkastelussa ovat erityisesti PR eli Public Relations -käsitteellä tunnistettavat ammattilaiset. Vielä pidemmälle vietyä tarkastelussa ovat siis yhteisöviestinnän parissa työskentelevät yrityksen viestintäasiantuntijat. Siukosaaren (2012, 133) mukaan yhteisöviestintä toimii hyvänä kattokäsitteenä ja pitää sisällään niin tiedotus- ja yhteisötoimintaa että myös esimerkiksi sponsorointia, lobbausta, markkinointiviestintää sekä talous- ja sijoittamisviestintää.

Olennaista on, että tässä tutkielmassa huomio kiinnitetäänkin sellaisiin viestintäasiantuntijoihin, joiden työhön kuuluu runsaasti vuorovaikutusta taloustoimittajien ja median kanssa. Tarkastelussa ovat erityisesti yritysten viestinnästä vastaavat tai sen parissa työskentelevät viestinnän ammattilaiset. Tutkimus rajataan koskettamaan yritysten parissa työskentelevien viestintäasiantuntijoiden vuorovaikutussuhdetta taloustoimittajiin, koska sosiaalisesta mediasta ja omista medioistaan huolimatta yritykset tarvitsevat edelleen mediaa saavuttaakseen tarvitsemansa julkisuuden. Juholinin (2017, 84) mukaan medioitumisella voidaan kuvata organisaatioiden ja medioiden välistä jännitettä. Hänen mukaansa median tarjoamalla julkisuuksilla käydään jatkuvaa kamppailua eri toimijoiden tavoitteiden välillä. Niin myös yritykset kilpailevat median huomiosta ja pääsystä julkisuuteen. Näin ollen yritysmaailma ja talous kontekstina tarjoavat otollisen rajauksen tutkia toimittajien ja viestinnän asiantuntijoiden välistä vuorovaikutussuhdetta.

2.1.3 Lähentyvät professiot

Vaikka toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden roolit ovat ainakin jossakin määrin toisistaan erotellut, viimeaikaisen tutkimuksen valossa näyttäisi siltä, että heidän roolinsa ja tehtävänsä ovat alkaneet sekoittua ja lähentyä toisiaan pysyvästi. Ylipäätään toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välisten rajojen nähdään madaltuneen (Simons & Strovsky 2019, 4). Erityisesti tulevaisuuden viestinnän kentän muutokset, kuten uutisten kierrättäminen eri kanavissa sekä viestinnän tuottamien sisältöjen suoralainaaminen journalistiseen käyttöön, vaikuttanevat entisestään jatkossa toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden väliseen vuorovaikutukseen (Niskala & Hurme 2014, 119) ja rooleihin. Obermaierin, Kochin ja Riesmeyerin (2018) mukaan keskimäärin joka kolmannes kaikista toimittajien tuottamasta ja julkaisemasta sisällöstä on saanut vaikutteita viestintäasiantuntijoilta, mikä varmasti vaikuttaa siihen, miten kyseisten ammattiryhmien edustajat toisiinsa suhtautuvat. Ylipäätään työelämän muutosten myötä syntyneet hybridiammatit ovat lisääntyneet ja niiden myötä myös toiminta on muuttunut yhteisöllisemmäksi (esim. Hanhinen 2010, 45-46.).

Koska sekä toimittaja että viestintäasiantuntija tekevät media-alalla töitä, voidaan heidät kumpikin ymmärtää media-ammattilaisiksi. Malmelinin ja Villin (2015, 60) mukaan kyse on mediatyöstä, joka sisältää laajan kirjon erilaisia mediaan liittyviä työtehtäviä, joihin myös toimittajan ja viestintäasiantuntijan tehtävät lukeutuvat. Tässä mielessä toimittaja ja viestintäasiantuntija ovatkin ikään kuin ”samalla puolella” ja edustavat kumpikin saman alueen professiota. Kuitenkin johtuen ehkä kaksikon erilaisista ammattikulttuureista, toimittaja ja viestintäasiantuntija eivät välttämättä koe kuuluvansa samaan joukkoon. Malmelinin ja Villi (2005) ovat nimittäin todenneet toimittajien eräissä tilanteissa tuntevan enemmän yhteenkuuluvuutta toisten toimittajien kuin esimerkiksi oman organisaationsa markkinointi- ja viestintätekijöiden kanssa. Ei siis ihme, mikäli toimittaja ei koe olevansa viestintäasiantuntijan kanssa samassa professionissa. Huomattavaa on myös se, että useissa tutkimuksissa toimittajat ymmärretään viestien välittäjinä, kun taas viestijät viesteihin vaikuttajina (esim. Simons & Strovsky 2019, 4).

Toisaalta toimittajat ja viestintäasiantuntijat ovat tehneet yhteistyötä kautta aikojen. Siukosaaren (2012, 136) mukaan viestijät ovat kohdistaneet suhdetoimintansa alusta saakka nimenomaan toimittajiin saadakseen edustamalleen organisaatiolleen sen kaipaamaa julkisuutta. Aluksi suhdetoiminta näyttäytyi toimittajien lahjonnalla, mutta ajan kuluessa suhteet ovat muuttuneet ammattimaisemmiksi. Ammattimaistumisesta huolimatta molemminpuolinen riippuvuus on edelleen osa toimittajan ja viestintäasiantuntijan välistä suhdetta. Media eli toimittajat tarvitsevat

organisaatioita täyttääkseen tehtävänsä, kun taas organisaatiot eli viestintäasiantuntijat tarvitsevat toimittajia saadakseen asiansa esille. Kochin, Obermaierin ja Riesmeyerin (2017) mukaan viestintäasiantuntijat ovat ennen kaikkea riippuvaisia toimittajista, jotka raportoivat heidän viestinsä eteenpäin. Samaan aikaan, kun viestintäasiantuntijan on toimittava toimittajaa miellyttävällä tavalla, pitää hänen ajatella myös yrityksensä etua. Viestintäasiantuntijan työhön kuuluukin olennaisesti eräänlainen tasapainoilu oman organisaationsa ja toimittajien mielenkiintojen välillä (Juholin 2012, 190).

Viestintäasiantuntijan voidaankin ajatella työskentelevän eräällä tapaa kahden tulen välistä. Ensinnäkin hän työskentelee edustamansa organisaation tai yrityksen hyödyksi. Mykkäsen (2014) mukaan viestintäkielteinen organisaatiojohto voi estää viestintäasiantuntijaa noudattamaan täydellisesti totuudenmukaista viestintää. Näin ollen viestintäasiantuntija voikin joutua tällaisissa tilanteissa ikävään välikäteen, koska ei vastaa toimittajan pyyntöihin tämän haluamalla tavalla. Mykkänen (2014) huomauttaakin, että ylipäätään yrityksen johdolla ja sen asenteella viestintään ja mediaan sekä toimittajiin on valtava merkitys siihen, millainen maine organisaatiolla on toimittajien silmissä. Tästä huolimatta viestinnän ammattilaisten tulisikin hänen mukaansa työssään pyrkiä todenmukaisuuteen, johon liittyy pr-työn perusedellytys eli tiedon jakaminen. Vastuullisten organisaatioiden odotetaankin viestivän julkisuuteen myös negatiivisista asioista.

Yhteistyö toimittajien kanssa onkin myös viestinnän alalla välttämätöntä. Esimerkiksi valtiohallinnon viestinnästä vastaavia tiedottajia tutkittaessa havaittiin, että ministeriön tärkein ulkopuolinen yhteiskumppani on nimenomaan toimittaja (Sadown 2011, Hakalan 2015, 204 mukaan). Vaikka median merkitystä yritysten viestintäasiantuntijoille ei ole samalla tavalla tutkittu, voidaan olettaa toimittajien olevan merkityksellisiä myös yritysten yhteistyökumppaneina.

Riippuvuuden toimittajan ja viestintäasiantuntijan välillä voidaan ajatella jopa lisääntyneen, sillä ammatteihin liittyvien töiden monipuolistuminen on aiheuttanut sen, että toimittajista on tullut entistä riippuvaisempia viestinnän tuottamasta materiaalista juttujensa lähteinä (Mykkänen 2014, 247). Esimerkiksi venäläisten toimittajien ja viestinnän alan ammattilaisten välistä suhdetta tutkineet Simons ja Grovsky (2019, 20) havaitsivat toimittajien ja viestintäasiantuntijan välillä vallitsevan hierarkisen suhteen, jossa toimittajien rooli nähdään alisteisena viestinnän alan ammattilaisiin verrattuna. Vaikuttakin siltä, että nykyään toimittajat tarvitsevat yhä enemmän viestintäasiantuntijoita, sillä yhä useampi julkaistava uutinen on ainakin osittain viestintäasiantuntijan

laatima. Esimerkiksi Daviesin (2003) mukaan entistä suurempi määrä tiedotteista menee nykyään sellaisenaan läpi mediassa.

Suomessa tilanne on samankaltainen, mikä käy ilmi Juntusen (2013) tutkimuksesta, jonka mukaan jopa viidennes suomalaisissa valtamedioissa julkaistuista jutuista perustui täysin viestinnän tuottamiin tiedotteisiin ja yli kolmannessa jutuista oli ainakin jossakin määrin merkkejä viestinnän tuottamista materiaaleista. Tämä tuo haasteista perinteisen toimittajaidentiteetin ymmärtämiseen, sillä mikäli juttujen kirjoittajana toimiikin viestinnän ammattilainen, vaikuttaa se väistämättä sekä toimittajan työhön ja ammatti-identiteettiin että suhtautumiseen viestintäasiantuntijoihin. Näyttääkin siltä, että tässä mielessä ammattiprofessiot lähenevät, minkä voidaan ajatella haastavan ammattilaisten työhön liittyvät arvot, mikä vaikuttanee edelleen kaksikon väliseen viestintäsuhteeseen.

2.2 Tehtävät ja tavoitteet

Aikaisempien tutkimusten valossa toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välinen suhde on näyttäytynyt varsin kielteisenä. On puhuttu jopa viha-rakkaussuhteesta (esim. Ryan & Martinson 1988; Tilley & Hollings 2008). Toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden väliseen vuorovaikutussuhteeseen onkin havaittu liittyvän runsaasti erilaisia konflikteja, jotka johtuvat professioihin liittyvistä erilaista havainnoista, rooleista ja tehtävistä (Niskala & Hurme 2014).

Monimutkaisen toimittajan ja viestintäasiantuntijan välisestä suhteesta tekevät näiden kahden erilaisen profession mukanaan tuomat erilaiset tehtävät. Kiteytetysti toimittajan työnä nähdään olevan objektiivinen ja puolueeton asioista raportointi, kun taas viestintäasiantuntijoiden odotetaan ajavan viestinnällään edustamansa organisaation etua (esim. Viererbl & Koch 2019,1). Charronin (1989) mukaan toimittajan ja viestintäasiantuntijan suhde perustuu kaksisuuntaiseen neuvotteluun, ja pitää jo luonnostaan sisällä sekä yhteistyötä että konflikteja. Hänen mukaansa kyseisen suhteen sisällä joudutaan samanaikaisesti neuvottelemaan sekä lähteiden vaihdosta että säännöistä, joita toimintaan liittyy. Kamppailua käydään uutistuotannossa nimenomaan siitä, kummalla ja missä määrin on kontrolli uutisten tuotantoon liittyen. Samaan aikaan kun toimittajat ja viestintäasiantuntijat ovat tutkimuksen mukaan taloudellisesti ristiriidassa toisiinsa nähden, joutuvat he tekemään kompromisseja saadakseen työnsä tehtyä. Jännitteisyyttä lisää myös se, miten tärkeänä osapuolet tiedonvaihdon tarpeen näkevät. Charronin (1989) mukaan esimerkiksi tilanteessa, jossa

viestintäasiantuntijan on mahdollista saavuttaa julkisuutta muutenkin kuin vain tietyn toimittajan avulla, saattaa yhteistyö olla merkityksettömämpää kuin tilanteessa, jossa kyseinen toimittaja on ainoa portti julkisuuteen. Samanlainen asetelma tiedonsuhteen pätee myös toimittajan suhtautumiseen viestintäasiantuntijaan.

Charronin (1989) tutkimuksessa selviää myös, että viestintäasiantuntijat pyrkivät toimittajia useammin yhteistyöhön ja ovat mukautuvampia toimittajia kohtaan kuin toimittajat heitä kohtaan. Myös tässä mielessä korostuu siis se, että toimittajan ja viestintäasiantuntijan suhteessa negatiivista suhtautuminen on enemmänkin toimittajan puolelta. Charronin (1989) tutkimuksessa nimittäin selvisi, että toimittajat ovat valmiita välttelemään ja kilpailemaan viestintäasiantuntijoiden kanssa tiedosta helpommin kuin viestintäasiantuntijat.

Toimittajien kielteisyys viestinnän ammattilaisia kohtaan ei ole uusi asia, sillä toimittajien negatiivinen suhtautuminen on ollut toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välisen suhteen piirteenä jo yli sadan vuoden ajan. Tämä käy ilmi Delormen ja Fedlerin (2003) tutkimuksesta, jossa he tarkastelivat toimittajien vihamielistä suhtautumista viestintäasiantuntijoihin viimeisten yli sadan vuoden aikana ja havaitsivat yhdysvaltalaisen uutistoimittajien ja tuottajien suhtautuneen viestintäasiantuntijoihin jo pitkään halveksien. Historiallisen analyysin mukaan vihamielisyyden syyt kumpusivat aikoinaan viestintäasiantuntijoiden arveluttavista vaikuttamisyrityksistä. Esimerkiksi ensimmäisen maailmansodan aikoihin oli tavallista, että pr-tehtävissä työskentelevät viestintäasiantuntijat pyrkivät rahallisesti tai muuten lahjomaan toimittajia saadakseen juttunsa läpi mediassa. Toisaalta vihamielisyyteen on kautta aikojen vaikuttanut tutkimuksen mukaan myös toimittajien kokemus kateus viestijöitä kohtaan. Alipalkkauksesta, jatkuvasti kiireestä ja ylitöistä kärsivät toimittajat ovat olleet kateellisia viestijöille näiden työn vuoksi. Huomattavaa Delormen ja Fedlerin (2003) tutkimuksessa on myös se, ettei toimittajien ole havaittu osoittavan samankaltaista vihamielisyyttä tässä määrin muiden alojen edustajia kohtaan.

Tuoreemmissa tutkimuksissa on havaittu, että vihamielisyys toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välisessä vuorovaikutuksessa on kuitenkin vähentynyt. Esimerkiksi Kochin, Obermaierin ja Riesmeyerin (2017, 9) tutkimuksessa selvisi, että suuri osa heidän tutkimukseensa osallistuneista saksalaistoimittajista ja viestintäasiantuntijoista pitää heidän välistään suhdetta kollegiaalisena. Samansuuntaista myönteistä suhtautumista näkyy myös esimerkiksi Harjun, Koljosen ja Heinosen (2017) suomalaisessa kontekstissa tehdyssä tutkimuksessa, jossa selvisi, että medianmuutoksen ja yt-

neuvotteluiden uhreiksi joutuneet toimittajat toivovat pääsääntöisesti viestinnän ja journalismin rajoitusten madaltuvan Suomessa.

Myös muualla maailmassa suunta on ollut myönteinen. Venäläisten toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välillä näyttää olevan vähemmän kitkaa ja kilpailua kuin tutkijat olettavat (Simons & Strovsky 2019, 21). Niin ikään hollantilaisten toimittajien ja viestinnän ammattilaisten välistä suhdetta tarkasteltaessa Neijensen (2006) havaitsi, että toimittajat ja viestintäasiantuntijat jakavat melko hyvin ajatukset siitä, millaisia tehtäviä kummankin ammattilaisen työ pitää sisällään. Sekä toimittajat että viestintäasiantuntijat pitävät kuitenkin professioiden erilaisia rooleja tärkeinä, vaikka kielteisiä ajatuksia toisen roolista tuoda esiin. Myös venäläiset toimittajat ja viestijät pitävät tärkeänä, että heidän edustamansa alat pidetään toisistaan erillään (Simons & Strovsky 2019, 20).

Niin ikään Verčičin (2016) tutkimuksessa todetaan, ettei toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välinen suhde ole niin monimutkainen tai vaikea kuin aikaisemmin tutkimuksissa on selvinnyt. Vaikka Verčič myöntääkin näiden kahden ammattiryhmän välistä suhdetta leimaavan vaikeudet ja riippuvuudet, tutkimuksessa selviää, ettei varsinaisesta viha-rakkaussuhteesta puhuta enää. Myös Yun (2011) huomauttaa viha-rakkaussuhdepuheen laantuneen. Korealaisten toimittajien työpaineiden ja viestinnän ammattilaisiin suhtautumisen yhteyttä tutkinut Yun havaitsi toimittajien suhtautuvan viestintäasiantuntijoihin melko neutraalisti. Itseasiassa tutkimuksessa selvisi, että mitä kauemmin toimittaja on työskennellyt alalla, sitä positiivisempi suhtautuminen hänellä on viestintäasiantuntijoihin. Toisaalta chileläisten toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden ammatti-identiteettejä, asenteita ja mediasuhteita tutkineet Mellado ja Hanusch (2011) havaitsivat, että nuoremmat toimittajat ja viestintäasiantuntijat suhtautuivat myönteisemmin toisiinsa kuin iäkkäämmät kollegansa. Tutkimuksessa nimittäin selvisi, että nuoret toimittajat ja viestintäasiantuntijat uskovat kuuluvansa samaan ammattiryhmään toistensa kanssa.

Ylipäättään ongelmallisen toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välisestä suhteesta tekee kuitenkin eräänlainen epätietoisuus. Olennaista toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden toisiinsa suhtautumisessa näyttää yleisesti olevan edelleen epätietoisuus ja epäluuloisuus toista ammattiryhmän edustajaa kohtaan. Larssonin (2009) tutkimuksen mukaan esimerkiksi juuri toimittajat suhtautuvat hyvin skeptisesti viestintäasiantuntijoihin ja kyseenalaistavat heidän toimintaperiaatteensa ja pyrkimyksensä. Toimittajan ja viestintäasiantuntijan välistä suhdetta leimaa kuitenkin vahvimmin molemminpuolinen pluralistinen tietämättömyys (Verčič 2016, 528), josta luultavasti myös negatiiviset tuntemukset ovat peräisin.

Tietämättömyys ilmenee esimerkiksi siten, että toimittajat usein ajattelevat viestintäasiantuntijoiden työn koostuvan pelkästään mediasuhteiden hoitamisesta, vaikka todellisuudessa viestintä pitää sisällään runsaasti muitakin työtehtäviä (Verčič 2016, 528). Samankaltaista tietämättömyyttä on havaittu myös romanialaisten toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välisen suhteen tutkimuksessa. Vaikka toimittajien tietoisuus viestintäasiantuntijan tehtävistä ja luottamus heidän työtään kohtaan on lisääntynyt, ei suhtautuminen ole kuitenkaan täydellisen positiivista, ja edelleen osa toimittajista ajattelee viestintäasiantuntijoiden esimerkiksi manipuloivan tietoa (Coman 2009, 161). Toimittajien epätietoisuus viestintäasiantuntijoita kohtaan ilmenee myös esimerkiksi epäilynä, mikä Francouerin (2016, 61) mukaan ilmenee siten, etteivät toimittajat luota koskaan täysin viestintäasiantuntijoihin. Tällainen luottamuspuola on ongelmallinen toimivan vuorovaikutussuhteen muodostamisen kannalta. Sen sijaan viestintäasiantuntijoiden suhtautuminen toimittajiin näyttää aiemman tutkimuksen valossa olevan positiivisempaa. Esimerkiksi romanialaiset viestinnän ammattilaiset kuvailevat suhdettaan toimittajiin hyväksi tai erittäin hyväksi (Coman 2009, 166).

Suomalaisia viestintäasiantuntijoita ja toimittajia tarkastelleet Niskala ja Hurme (2014) havaitsivat niin ikään toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välisten rooliepäselvyyksien kumpuavan epätietoisuudesta. Heidän mukaansa viestintäasiantuntijat pitävät tärkeimpänä tehtävänä suhteiden ja luottamuksen luomista. Journalistit taas kokevat, että viestintäasiantuntijan merkittävin tehtävä on tukea organisaationsa taloudellisia ja poliittisia tavoitteita sekä pitää huolta organisaation myynnistä ja markkinoinnista.

Suomalaiset toimittajat pitävät tärkeimpinä omina tehtävinään tiedonjakamista, mahdollisuutta arvostella yhteiskuntaa ja sen toimijoita sekä yleisön palvelemista (Niskala & Hurme 2014, 117). Ylipäätään suomalaisten toimittajien nimittämät työnsä tärkeimmät arvot, autonomisuus, objektiivisuus ja julkinen palvelu, (Pöyhtäri, Väliverronen & Ahva 2016, 17–18) ovat linjassa tehtävien kanssa. Myös kansainvälisesti tarkasteltuna toimittajat pitävät juuri objektiivisuutta tärkeimpänä työtään ohjaavana tekijänä. Esimerkiksi venäläisten toimittajien työssä tärkein tavoite on kertoa asioista edelleen (Simons & Strovsky 2019, 17). Arvojen merkitystä toimittajien työssä tutkineet Pöyhtäri, Väliverronen ja Ahva (2016, 19) havaitsivat, että toimittajat pitävät arvoja tärkeinä sekä oman että ammattikuntansa maineen vahvistajina. Arvot eivät siis pelkästään ohjaa toimittajien työtä, vaan ne myös tekevät toimittajien työstä merkityksellisen heille itselleen.

Aiemmissa tutkimuksissa on havaittu, että toimittajat pitävät viestinnän ammattilaisten tärkeimpänä tehtävänä asiakkaansa tai edustamansa organisaation julkikuvan tai maineen puolustamista (Francouer 2016, 61). Viestintäasiantuntijan ajatellaan kontrolloivan tietoa ja tavallaan pitävän sitä hallinnassaan toisinaan jopa siten, ettei sitä anneta eteenpäin toimittajille (Francouer 2016, 62), mikä on omiaan synnyttämään negatiivisia tunteita kaksikon välillä. Toimittajille viestintäasiantuntijat ovat kuitenkin ensisijaisesti tietolähteitä ainakin suomalaisessa kontekstissa puhuttaessa (Salminen 2014, 175). Myös viestintäasiantuntijat kokevat omaksi tärkeimmäksi tehtäväkseen tiedon välittämisen, kun taas Larssonin (2009) mukaan uutissisältöihin vaikuttamista viestintäasiantuntijat eivät pidä olennaisena.

Toisaalta toimittajat ymmärtävät viestintäasiantuntijan merkityksen oman työnsä onnistumisen kannalta. Viestintäasiantuntijan yhtenä tehtävänä nähdään nimittäin myös toimittajien auttaminen, ja heidän roolinsa tiedon välittäjinä tunnustetaan. (Francouer 2016, 62). Toisaalta viestijöiden työhön liitetään useissa tutkimuksissa myös vaikuttamiseen pyrkiminen (Simons & Strovsky 2019, 17). Salmisen (2014) mukaan toimittajat arvostavat kuitenkin erityisesti sellaisia viestijöitä, jotka hallitsevat ja ylläpitävät mediasuhteita. Toimittajien mielestä viestintäasiantuntijan tulee olla taitava vuorovaikuttaja ja hänellä on oltava hyvät henkilökohtaiset yhteistyötaidot. Tämä käy ilmi Salmisen (2014) tutkimuksesta, jossa tarkasteltiin johtavassa asemassa työskenteleviä viestintäasiantuntijoita. Vaikka tutkittavat henkilöt olivatkin johtajia, samojen ajatusmallien voidaan ajatella soveltuvan myös toimittajien ajatuksiin ylipäättään viestinnän ammattilaisista.

Taloustoimittajien ja viestintäasiantuntijoiden ajatukset sekä omista että toisen työn tehtävistä ja tavoitteista ovatkin melko hajanaiset. Esimerkiksi juuri käsitys työn objektiivisuuden tasolta onkin omiaan luomaan kyseisten ammattiryhmien edustajien vuorovaikutussuhteeseen jännitteisyyttä. Myös taloustoimittajien ja viestintäammattilaisten välisen suhteen menneisyydessä vallinnut kielteisyys saattaa heijastua suhteeseen edelleen nykypäivänäkin. Kyseessä on kuitenkin ainutlaatuinen vuorovaikutussuhde, jossa kaksi asiantuntijaa tasapainottelevat erilaisten tavoitteiden ja tehtävien välillä.

2.3 Vuorovaikutussuhde

Professionaalista viestintäsuhdetta voidaan joissain tapauksissa nimittää myös asiantuntija-asiakas-suhteeksi (Gerlander & Isotalus 2010). Gerlander ja Isotaluksen ajatuksista huolimatta professionaaliseksi viestintäsuhteeksi voidaan nimittää myös suhteita, joissa on kaksi asiantuntijaa

aivan kuten tutkittavassa toimittajan ja viestintäasiantuntijan tapauksessa. Suhteen osapuolet ovat kumpikin asiantuntijoita riippuen vuorovaikutustilanteesta. Kyseisessä suhteessa asiantuntijuus voi näyttäytyä esimerkiksi viestintäasiantuntijan roolissa. Vaikka viestintäasiantuntija ei olisikaan ensisijaisesti se taho, jolta toimittaja haluamansa tietonsa kerää, on hänen tehtävänsä vuorovaikutussuhteessa joka tapauksessa tietoon keskittyvään asiantuntijuuteen sitoutettu. Kuitenkin myös toimittajalla on omanlaista asiantuntijuutta viestintäasiantuntijaan suhteutettuna, sillä toimittaja pitää hallussaan eräänlaista portinvartija-asiantuntijuutta (Hujanen 2016, 878) – hänellä on valta päättää, mitä suhteessa keskustelusta ja käsitelystä viedään ulospäin.

Toisaalta asiantuntijuus toimittajan ja viestintäasiantuntijan välillä on viime aikoina muuttunut entistä enemmän kohti viestijän suurempaa valta-asemaa. Kun ennen viestintäasiantuntijan oli tapana olla yhteydessä toimittajiin ehdottelemalla erilaisia aiheita, nyt toimittajat ovatkin yhteydessä viestintäasiantuntijoihin saadakseen materiaalia juttuihinsa (Waters 2010, 243). Suunnanmuutoksella voinee olla vaikutuksia toimittajan ja viestintäasiantuntijan väliseen asiantuntijuusajatteluun. Kenellä ja millaisesta asiantuntijuudesta tässä vuorovaikutussuhteessa todella on kyse? Kumpi on tärkeämpi? Se, jolla on julkaisu valta vai se, joka pitää hallussaan tietoa?

Gerlander ja Isotalus (2010,7) määrittelevätkin asiantuntija-asiakassuhteen viestintäsuhteeksi, jossa työn tavoitteiden saavuttaminen on olennaisesti yhteydessä suhteessa tapahtuvaan vuorovaikutukseen. Tällä tarkoitetaan, että suhteessa on samanaikaisesti läsnä sekä sisältö- että suhdeulottuvuus. Professionaaliset viestintäsuhteet ovat kuitenkin siitä haasteellisia suhdeulottuvuuden kannalta, että kyseisten suhteiden ensisijaisena tavoitteena on tavoitteen ei suhteen ylläpitämisen saavuttaminen (Gerlander & Isotalus 2010,7). Voidaankin pohtia, millaisia haasteita suhdeulottuvuus pienessä Suomessa aiheuttaa toimittajan ja viestintäasiantuntijan välille, kun otetaan huomioon se, että todennäköisesti nämä kahden eri profession edustajaa ovat yhteydessä toisiinsa jatkuvasti erilaisiin viestinnällisiin aiheisiin liittyen. Tästä huolimatta voidaan ajatella, että toimittajien ja viestintäasiantuntijan välillä vallitsee suhdeulottuvuus, sillä esimerkiksi Larsson (2009) korostaa kyseisten ammattilaisten työskentelevän samassa ympäristössä ja samojen aiheiden parissa, minkä vuoksi ammattiryhmien edustajien on luotava yhteistyösuhde. Vaikka toimittajat eivät sitä tahtoisinkaan myöntää, tutkimuksen (Larsson 2009) valossa näyttääkin siltä, että heidän työnsä onnistuminen on osittain riippuvainen viestintäasiantuntijoista ja näiden työstä. Kumpikaan kyseisten ammattiryhmien edustajista ei kuitenkaan koe, että suhde olisi välttämätön, mutta siitä huolimatta se on väistämätön.

Suhdeulottuvuuden väistämättömyydestä huolimatta toimittajien on kuitenkin havaittu pyrkivän rajaamaan itsensä erilleen viestintäasiantuntijoista voittaakseen vallalla olevan ”valtataistelun” (Francouer 2016, 70). Esimerkiksi ruotsalaiset toimittajat kieltävät varsinaisen suhteen olemassaolon ja nimittävät yhteistyötä viestintäasiantuntijoihin enemmänkin ”kontaktoitumiseksi” (Larsson 2009). Sen sijaan viestintäasiantuntijat taas nimittävät yhteistyötään toimittajiin kyseisen tutkimuksen mukaan suhteeksi (Larsson 2009). Näin ollen jo suhteen tai sen olemattomuuteen liittyy vahvasti jännite toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden erilaisten käsitysten vuoksi.

Toisaalta Kochin, Obermaierin ja Riesmeyerin (2017, 8–9) tutkimuksessa selvisi, ettei sen puoleen toimittaja kuin viestintäasiantuntijakaan ole valmis nimittämään heidän välistään suhdetta ystävyysuhteeksi, vaikka myös tässä kontekstissa viestintäasiantuntijoiden suhtautuminen toimittajiin näyttäytyy positiivisempänä kuin toimittajien suhtautuminen heihin. Ylipäätään kyseisessä tutkimuksessa selvisi, että toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden käsitykset heidän välillään vallitsevasta suhteesta ja siitä, miksi sitä tulisi nimittää, vaihtelevat. Toimittajien mielestä heidän suhteensa viestintäasiantuntijoihin on etäinen, eikä luottamusta suurimman osan mielestä ole. Sen sijaan noin 75 prosenttia tutkimukseen osallistuneista viestintäasiantuntijoista pitää suhdettaan toimittajiin hyvin luottamuksellisena. He myös kokevat suhteen kummankin osapuolen olevan suhteessa tasapuolisessa roolissa. Toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden käsitykset vuorovaikutussuhteensa laadusta näyttävätkin eroavan aiemman tutkimuksen perusteella merkittävästi. Erilaiset käsitykset ovatkin omiaan aiheuttamaan suhteeseen jännitteitä, ja sitä kautta voivat vaikuttaa olennaisesti vuorovaikutuksen onnistumiseen.

Kaikesta tästä johtuen taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välistä vuorovaikutussuhdetta ymmärtääksemme tarvitsemme avuksemme työkaluja, joilla voimme teoreettisesti selittää suhteessa läsnäolevien jännitteiden syitä ja seurauksia. Siksi aiheetta on järkevää lähestyä relationaalisen dialektiikan teorian kautta.

3 RELATIONAALINEN DIALEKTIikka

Tässä tutkielmassa lähestytään taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden välisiä jännitteitä relationaalisen viestinnän näkökulmasta. Relationaalisen dialektiikan teorian pääidea on tiivistetysti siinä, että sen mukaan kaikki vuorovaikutussuhteet pohjautuvat aina viestinnästä

kumpuavaan ja siinä syntyviin vastakkaisiin voimiin, jotka tekevät vuorovaikutuksesta jatkuvasti muuttuvan. Nämä voimat taas ovat jatkuvassa dialogissa keskenään ja aiheuttavat siten suhteiden dynaamisuuksien. (Baxter & Montgomery 1996, 6). Ylipäätään Baxter ja Montgomeryn (1996) relationaalisen dialektiikan mukaiset jännitteet ovat pakollinen ja olennainen osa viestintäsuhteita, eikä niitä täten ole mahdollista poistaa. Vaikka jännitteet ovat melko pysyviä, ne myös muuttuvat jatkuvasti ja ovat kiinteästi riippuvaisia toisistaan.

Relationaalista dialektiikkaa ei voida muodollisten teorioiden tavoin kutsua puhtaasti omaksi teoriaksi (Baxter & Montgomery 2000, 32), vaan se nähdään enemmänkin heuristisena teoriana, jonka avulla pyritään järjestelemään ilmiöissä esiintyviä havaintoja ja oletuksia (Fitch 1998, 173 Gerlanderin 2003, 66 mukaan). Oletukset jaotellaan teorian mukaan vastakohtaisuuksiin/jännitteisiin (*contradiction*), muutokseen (*change*), käytäntöön (*praksisin*) ja kokonaisvaltaisuuteen (*totality*) (Baxter & Montgomery 1996).

Muutos nähdään teorian perusteella sosiaalisille suhteille luontaisena piirteenä, ja siihen liitetään kuuluvaksi samanaikainen pysyvyys. Teorian mukaan samanaikainen muutos ja pysyvyys luovat yhdessä dialektisen yksikön. Käytännöllä sen sijaan viitataan ajatukseen siitä, että vuorovaikutuksessa olevat henkilöt tekevät proaktiivisesti omat viestinnälliset valintansa, jotka edelleen muokkaavat sitä sosiaalista maailmaa, jossa he elävät. Samalla kun ihminen valitsee itse viestinnällisen toimintansa, vaikuttavat olemassa olevat jännitteet kyseiseen toimintaan. Teorian mukaan käytäntö muodostuu aina sekä sen hetkisen tilanteen että henkilön menneisyydessä tapahtuneiden viestintätekojen yhteistuloksena. (Baxter & Montgomery 1996, 10–14).

Baxterin ja Montgomeryn (1996, 14–15) mukaan kokonaisvaltaisuus puolestaan merkitsee sitä, että kaikkien ilmiöiden ymmärtäminen tapahtuu suhteessa toisiin ilmiöihin. Maailma nähdään siis dialektisesta näkökulmasta tarkasteltuna keskeneräisenä ja jatkuvasti muuttuvana prosessina. Kokonaisvaltaisuudesta puhuttaessa on huomattava myös siihen linkittyvät ongelmallisuudet, jotka liittyvät jännitteisiin. Teoria nimittäin herättää pohtimaan nimenomaan sitä, missä jännitteet sijaitsevat, millaiset ovat jännitteiden väliset riippuvuudet sekä miten konteksti vaikuttaa jännitteisiin.

Koska tässä tutkielmassa huomio kiinnitetään nimenomaan jännitteisiin, on tarpeen tarkastella syvällisemmin relationaalisen dialektiikan tarjoamaa käsitystä jännitteisiin liittyen. Jännitteet lukeutuvat yhdeksi relationaalisen dialektiikan ydinajatuksiksi. Vaikka ristiriitaisuuksien ja

jännitteiden voidaan helposti ensikuulemalta ajatella viittaavaan ainoastaan johonkin negatiiviseen ja siten vuorovaikutuksen kannalta haitalliseen, relationaalisen dialektiikan mukaan jännitteiden vaikutus voi olla yhtä lailla positiivinen. Jännitteiden ajatellaankin olevan eräänlainen muutokseen ohjaava voima, joka voi olla joko myönteinen tai kielteinen. (Baxter & Montgomery 1996, 7.)

Jännitteisiin liitetään usein ajatus myös roolikonflikteista. Baxter ja Montgomery (1996, 7–8) tekevät kuitenkin tarkan eron roolikonfliktien ja relationaalisen dialektiikan välille, sillä niiden lähtökohdat ovat erilaiset. Heidän mukaansa roolikonfliktit nähdään ensinnäkin kielteisinä ongelmina, jotka on pyrittävä muuttamaan, kun relationaalisen dialektiikan mukaan jännitteet ovat ihmissuhteissa välttämättömiä ja juuri ne johtavat muutokseen. Lisäksi vastoin relationaalisen dialektiikan ajatusta roolikonfliktiteoriassa ajatellaan, että suhteen osapuolilla on ennalta määritetyt rooliodotukset, joihin osapuolten on pyrittävä. Sen sijaan Baxterin ja Montgomeryn (1996, 7–8) relationaalinen dialektiikka ajattelee, että jännitteet ovat yksinkertaisesti vain osa dynaamisia ja muuttuvia prosesseja. Tässä tutkielmassa tarkastellaan roolien vaikutusta jännitteiden olemassaoloon, mutta roolien ajatellaan kumpuavan nimenomaan professionaalisen viestintäsuhteen lähtökohdista.

Baxter ja Montgomery (1996, 8) määrittelevät ristiriitaisuudet seuraavasti: *”a dynamic interplay between unified oppositions.”* Tiivistäen he tarkoittavat ristiriitaisuuksilla siis jatkuvasti muuttuvaa vuorovaikutusta yhteen nivoutuvista vastakohtaisuuksista. Vastakohtaisuudet eivät kuitenkaan merkitse suoraan negatiivista ja positiivista, vaan ne ymmärretään toiminnallisina vastakohtaisuuksina, joihin vaikuttavat läsnä oleva konteksti, kulttuuri ja aika. (Baxter & Montgomery 1996, 8.) Tämä tarkoittaa, että jännitteiden vaikutus voi olla joko myönteinen tai kielteinen vuorovaikutuksen kannalta. Käytännössä vuorovaikutussuhteissa läsnäolevien ristiriitaisuuksien ja jännitteiden ymmärtäminen voidaan ajatella eräänlaiseksi köydenvedoksi, jossa kaksi vastakkaista voimaa vetävät vuorovaikutussuhteen osapuolia vastakkaisiin suuntiin. Tässä köydenvedossa vuorovaikutuksessa olevat henkilöt pyrkivät löytämään tasapainoin.

Huomattavaa on Baxterin ja Montgomeryn (1996) mukaan ristiriitaisuuksien monimutkaisuus. Heidän mukaansa paljon on kiinni tutkijan omasta kyvystä ymmärtää ristiriitaisuuksia. He alleviivaavat vastakohtaisuuksien välttämättömyyttä, mutta huomauttavat, että ristiriitaisuuksien välille tarvitaan vastakohtaisuuksien ohella myös yhtenäisyyttä ja riippuvaisuutta. Ristiriitaisuudet siis muodostuvat tavallaan yhtenäisyyden vuoksi. Yhtenäisyydellä voidaan teorian mukaan viitata joko identiteetin tai vuorovaikutuksen yhtenäisyyteen. Käytännössä voidaan siis ajatella, että taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan vuorovaikutussuhteessa on samanaikaisesti

käynnissä kahdentasoisia riippuvuussuhteita. Taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutussuhteessa on siis näin ollen läsnä sekä identiteettiä että vuorovaikutukseen liittyvää yhtenäisyyttä.

Vastakohtaisuuksien ja yhtenäisyyksien lisäksi ristiriitaisuudet vaativat Baxterin ja Montgomeryn (1996, 10) mukaan dynaamista vuorovaikutusta tai jännitteitä yhtenäisten vastakohtaisuuksien välille. Ristiriitaisuuksia ei siis täten ole mahdollista pysäyttää, vaan ne muuttuvat ja liikkuvat dynaamisesti vuorovaikutuksen mukana.

Baxter on vienyt teoriaa eteenpäin ja voidaan puhua myös relationaalisen dialektiikan 2.0 -mallista. Tässä sovelluksessa merkitykselliseksi tekijäksi nousee dialogisuus, jossa kaikki suhteen merkitykset ajatellaan rakentuvan. Baxterin mukaan olennaista on määritellä se, miten viestinnällä rakennetaan sosiaalista maailmaa eli viestinnän muuttuessa myös suhde muuttuu. (Baxter 2009.) Tässä pro gradu -tutkielmassa pidättäydytään kuitenkin alkuperäisen teorian pääajatuksiin, ja huomio keskitetään nimenomaan teoriassa olennaiseksi nouseviin jännitepareihin.

3.2 Jänniteparit

Relationaalisen dialektiikan alkuperäisenä ydinajatuksena on käsitys jännitepareista, joilla on useita erilaisia vastakohtia (Baxter & Montgomery 2000, 33). Gerlanderin (2003, 67) mukaan jännitteet muodostavat vastinpareja, jotka edelleen muodostavat jännitejoukkioita. Jännitteet riippuvatkin pitkälti siitä, millainen suhde on kyseessä. Esimerkiksi lääkärin ja potilaan välistä vuorovaikutusta tarkasteltaessa esiin nousevat välimatkan, kertomisen ja suojaamisen, autonomisuuden ja riippuvaisuuden, ennustettavuuden ja yllätyksellisyyden sekä arvioinnin ja hyväksynnän jännitteet (Gerlander, 2003). Sen sijaan opettaja-oppija -suhteessa merkityksellisiä jännitepareja ovat riippuvaisuus-autonomia, välittäminen-instrumentaalisuus, arviointi-hyväksyntä ja ilmaiseminen-suojaaminen (Gerlander & Kostainen 2005). Kyseiset jänniteparit eivät välttämättä ole samanlaisia kuin tässä tutkielmassa tarkasteltavassa taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutussuhteessa.

Perinteisen jaottelun mukaan relationaalinen dialektiikka jakaa suhteissa risteilevät jännitteet sekä suhteen sisäisiin että ulkoisiin jännitepareihin. Sisäiset jänniteparit merkitsevät suhteen osapuolten välisiä jännitteitä, kun taas ulkoisilla jännitepareilla tarkoitetaan suhteen osapuolten ja heitä

ympäröivät maailman välillä olevia jännitteitä (Baxter & Montgomery 1996, 16). Sekä sisäiset että ulkoiset jännitteet voidaan teorian mukaan järjestää niin kutsuttujen perusdialektiikkojen avulla. Perusdialektiikkoja ovat jänniteparit integraatio-separaatio (*integration-separation*), stabilisuusmuutos (*stability-change*) ja ilmaisu-yksityisyys (*expression-privacy*) (Baxter 1993 Gerlanderin 2003, 69 mukaan).

Solomonin ja Vangilistin (2014, 356) mukaan jännite integraation ja separaation välillä tarkoittaa ihmisen samanaikaista tarvetta sekä kuulua yhteen että olla itsenäinen. Jänniteparin sisäisen jännitteen mukaan ihminen kokee siis ristiriitaisuutta liittyneisyyden ja autonomian (*connection-autonomy*) välillä (Baxter 1993 Gerlanderin 2003, 70 mukaan). Liittyneisyys-autonomia -jännite kuvastaa vuorovaikutussuhteen osapuolten välistä yhtenäisyyttä, jonka määrästä osapuolten on suhteessa neuvoteltava. Toimittajan ja viestintäasiantuntijan vuorovaikutussuhteeseen peilaten liittyneisyyden ja autonomian välinen jännite voitaisiin ajatella tarkoittavan esimerkiksi sitä, miten ”riippuvaisia” nämä kahden eri profession edustajat ovat toisistaan työnsä onnistumisen suhteen.

Käytännössä toimittajan ja viestintäasiantuntijan vuorovaikutussuhteessa liittyneisyys-autonomia merkitsee siis toimittajan ja viestintäasiantuntijan välistä tasapainottelua sen välillä, miten paljon yksityisyyttä suhteeseen sisältyy. Sen sijaan integraatio-separaatio -jänniteparin ulkoinen jännite sisältyneisyyden ja eriytyneisyyden välillä viittaa jännitteeseen suhteen osapuolten ja maailman välisen yhtenäisyyden välillä (Baxter 1993 Gerlander 2003, 70 mukaan). Toimittajan ja viestintäasiantuntijan välisessä suhteessa ajatus on siis siitä, miten kiinteästi kaksikko tekee työtä keskenään, ja miten se kiinteys heijastuu ympäröivään maailmaan. Juntusen (2011, 36) tutkimuksessa todetaan, että toimittajan ja tämän lähteiden välillä on jatkuvaa tasapainottelua läheisyyden ja etäisyyden välillä. Tämän vuoksi voidaan ajatella, että samainen jännitepari saattaisi ilmetä nimenomaan myös taloustoimittajan ja eräänlaisena lähteenä toimivan yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutuksessa.

Toinen perusdialektiikkapari, stabilisuusmuutos (*stability-change*), heijastaa ihmisen samanaikaista tarvetta toisaalta tuttuudelle ja toisaalta muutokselle (Solomon & Vangelisti 2004, 356). Sisäisen jänniteparin, ennustettavuuden ja uutuuden (*certainty-uncertainty*), mukaan vuorovaikutussuhteen osapuolet siis kamppailevat siitä, miten ennalta-arvattavaa heidän välinen viestintänsä on (Baxter 1993, Gerlanderin 2003, 70 mukaan). Toimittajan ja viestintäasiantuntijan välisessä suhteessa tämä merkitsee sitä, miten ennakoitava ja ennustettava kaksikon välinen vuorovaikutus on. Toisin sanoen ennustettavuus-uutuus -jänniteparin määrä voi näkyä toimittaja-viestijäsuhteessa esimerkiksi siten,

miten tavanomaisesti vuorovaikutus etenee. Kyseisen jännitteen ulkoinen jännite konventionaalisuus ja ainutlaatuisuus (*conventionality-uniqueness*) näyttäytyy vuorovaikutussuhteen tyypillisiin konventioihin kytkettynä eli siinä, miten tavanomaisesti ja tietyllä tavalla vuorovaikutussuhteessa toimitaan.

Jännite ilmaisun ja yksityisyyden välillä tarkoittaa jännitettä sen suhteen, miten vuorovaikutussuhteessa keskustellaan asioista (Solomon & Vangelisti 2004, 356). Perusjännitteen ympärille muodostuvat sisäinen jännite avoimuuden ja sulkeutuneisuuden (*openness-closedness*) välille ja ulkoinen jännitepari paljastamisen ja salaamisen (*revelation-concealment*) välille. Kumpikin jännitepari keskittyy tarkastelemaan sitä, miten suhteessa keskustellaan asioista ja mitä henkilökohtaista itsestä kerrotaan vuorovaikutussuhteessa (Baxter 1993, Gerlanderin 2003, 70 mukaan). Jänniteparien mukaan suhteen osapuolet tasapainottelevat suhteessa samanaikaisesti sekä ilmaisemisen että ilmaisumattomuuden välillä.

3.3 Jännitteet

Jänniteparien voidaan olettaa olevan läsnä myös taloustoimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välisessä viestintäsuhteessa, sillä kyseessä on nimenomaan professionaalinen viestintäsuhde. Jännitteet ovat nimittäin osa professionaalisia viestintäsuhteita (Gerlander & Isotalus 2010), eikä niitä ole mahdollista poistaa. Niiden olemassaolon ja muodon tiedostaminen kuitenkin edesauttaa niihin suhtautumista ja sitä kautta viestinnän tarkoituksenmukaista onnistumista. Kuten toimittajan ja viestintäasiantuntijan välistä suhdetta avattaessa huomataan, suhde keinuu erilaisten jännitteiden päällä. Macnamaran (2016, 136) mukaan toimittajan ja viestintäasiantuntijan välisessä suhteessa jännitteet ovat kuitenkin välttämättömiä ja todiste terveestä ekosysteemistä. Ylipäättään tasapainottelu neutraaliuden ja subjektiivisuuden välillä on tyypillistä asiantuntija-asiakassuhteilla (Gerlander & Isotalus 2010, 9) jollaiseksi myös toimittaja-viestintäasiantuntija -suhde voidaan määritellä. Ristiriitainen suhtautuminen puolin ja toisin on omiaan synnyttämään toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välille jännitteitä. Lisäksi jännitteitä syntyy myös toimittajien jatkuvan kiireen vuoksi. Juntusen (2011, 56) mukaan toimittajien ja tiedottajien jännitteistä suhdetta vaikeuttaa toimittajien työhön liittyvä jatkuvasti lisääntyvä kiire, mikä näyttää antavan tiedottajille toimittajia enemmän valtaa ja johtavan täten kaksikon välisten jännitteiden vahvistumiseen entisestään.

Jännitteitä voivat lisätä myös taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijan ammattiprofessioiden lähentyminen, mikä johtaa kaksikon roolien ja tehtävien rajojen lähentymisestä. Koska toimittajille on erityisen tärkeää, etteivät ulkopuoliset tekijät saa vaikutettua heidän työhönsä, välttävät he liian läheisten suhteiden muodostamista lähteisiinsä (Pöyhtäri, Väliverronen & Ahva 2016, 17–18). Toimittajat siis tutkimuksen mukaan välttävät muodostamasta tiivistä suhdetta lähteisiinsä. Tämä lienee yksi syy sille, miksi toimittajat eivät tahdo työskennellä liian läheisesti lähteinä toimivien viestintäasiantuntijoiden kanssa. Vaikka suhdetta ei syvälliseksi rakennettaisikaan, journalismi ja viestintä ovat tutkimuksen mukaan erottamattomasti toisiinsa linkittyneitä: viestintä on olennainen osa journalismia, eivätkä toimittajat voi sitä loppuviimeksi kieltää (Francouer 2016, 68). Toimittajan ja viestintäasiantuntijan vuorovaikutuksessa on olennaista myös nimenomaan jo aiemmin mainittu suhdeulottuvuus, sillä kaksikon välillä voidaan ajatella olevan eräänlainen asiantuntija-asiakassuhde.

Taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden välinen suhde näyttääkin kaipaavan parannusta. Veričić (2016) ehdottaa toimivamman suhteen rakentamisen avuksi parempaa koulutusta, jonka avulla yhteisen ymmärryksen luominen professioiden merkityksistä toisilleen voitaisiin taata. Toisaalta chileläisessä kontekstissa tehdyn tutkimuksen perusteella koulutuksen merkitys toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden asenteisiin ja näkemyksiin havaittiin olevan pienempi kuin professionaalisen sosiaalisaation vaikutuksilla (Mellado & Hanusch 2011), minkä vuoksi koulutuksen merkityksellisyttä voidaan kyseenalaistaa. Neijsen (2006) havaitsi myös jo aiemmin, että toimittajat ja viestintäasiantuntijat ovat yhtä mieltä kummankin profession tärkeimmistä tehtävistä. Journalismin tärkeimmiksi funktioiksi nimettiin tutkimuksessa tulkinta, julkaisunopeus sekä väitteiden ja tiedon selvittäminen, kun taas viestinnän ammattilaisten tärkeimpinä tehtävinä pidettiin tiedottamista, vaikuttamista ja vuorovaikutusta. Toisaalta vaikka ymmärrys olisikin yhtenäinen, ei se välttämättä takaa, että asiat näkyvät käytännön työssä ja esimerkiksi toisen profession edustajan kunnioittamisessa.

Toimittajien mukaan työskentely viestintäasiantuntijoiden kanssa on toisinaan haastavaa, ja he kokevat pelaavansa eräänlaista peliä työskennellessään viestintäasiantuntijoiden kanssa. Toimittajien mukaan vuorovaikutus viestintäasiantuntijoiden kanssa noudattaa kuitenkin tietynlaista kaavaa, jonka nimenomaan viestintäasiantuntijat määrittelevät. (Francouer 2016, 62.) Tällainen pelaaminen on omiaan aiheuttamaan osapuolten välille jännitteitä. Myös valta-asema tuntuu tässä mielessä olevan nimenomaan viestintäasiantuntijalla. Välillä toimittajat kokevat, että viestintäasiantuntijoiden kanssa

pelataan ikään kuin peliä. Tällaisen toimitavan käyttäminen kuvastaa suhteen osapuolten välillä mahdollisesti olevia jännitteitä (Francouer 2016, 64). Jännitteisiin vaikuttamisen kannalta olisi tärkeää selvittää, miten tätä kuvailtua ”pelaamista” voitaisiin vuorovaikutuksella hallita.

Toimittajat kohtaavat myös jatkuvasti työhönsä liittyviä vaikuttamisyrityksiä. Partasen (2007) mukaan tämä johtuu mediajulkisuuden ja ylipäätään pr-toiminnan eli viestinnän alan kasvusta, joka on vaikuttanut siihen, että yhä useammat toimijat ja organisaatiot yrittävät tietoisesti vaikuttaa mediaan ja sen sisältöihin itselleen suotuisalla tavalla. Esimerkiksi politiikan journalismissa asioiden totuudellisuuden kannalta toimittajan on oltava erityisen tarkkana (Kuutti 2015), sillä esimerkiksi Jackson ja Jamieson (2007, Kuutti 2015 mukaan) toteavat, että poliittisessa keskustelussa jätetään usein sanomatta monia asioita. Sen sijaan talousjournalismissa ongelmia lähteiden luotettavuuden arviointiin aiheuttavat nykyjournalismissa tyypillinen leikkaa-liikaa -journalismi, jossa toimittajat ottavat sellaisenaan vastaan yritysten luovuttaman tiedon kyseenalaistamatta sitä. Juntusen (2011) mukaan eniten pr-toiminnan eli viestinnän vaikuttamisyrityksiä ajatellaan kohdistuvan eniten juuri talousuutisointiin, vaikka todellisuudessa tutkimuksessa selviää, että taloustoimittamiseen suunnataan pr:n vaikuttamista jopa vähemmän kuin moniin muihin aihealueisiin.

Vaikuttamisyritykset vaikuttanevat toimittajan suhtautumiseen viestintäasiantuntijoihin ja sitä kautta kaksikon viestintäsuhteeseen, sillä ne saavat toimittajan kyseenalaistamaan lähteidensä eli viestintäasiantuntijoiden luotettavuuden. Voiko toimittaja luottaa, että hänen lähteensä puhuu totta? Tällainen epäluottamus-luottamus -ristiriitaisuus on niin ikään omiaan aiheuttamaan jännitteitä toimittajan työhön ja vuorovaikutussuhteisiin, joissa hän toimii työtä tehdessään. Ylipäätään toimittajan työhön liittyvä riippumattomuuden vaade vaikuttaa toimittajien suhtautumiseen viestintäasiantuntijoihin, sillä viestintäasiantuntijoilta tulevat ulkopuoliset viestintäpaineet haastavat toimittajien riippumattomuuden (Kuutti 2015, 119–120).

Vaikuttamiseen liittyy olennaisesti myös vuorovaikutussuhteille olennainen valta-aspekti. Kochin, Obermaierin ja Riesmeyerin (2017) tutkimuksessa selvisi, että valta ja sen vaikutusten ymmärtäminen toimittajan ja viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutussuhteessa on riippuvainen siitä, kumman suhteen osapuolen näkökulmasta asiaa tarkastellaan. Tutkimuksessa selvisi, että sekä toimittajat että viestintäasiantuntijat näkevät itsensä merkittävänä toisen työn kannalta. Viestintäasiantuntijat pyrkivät tutkimuksen mukaan käyttämään pehmeitä vallan muotoja kuten antamaan toimittajille mahdollisuudet hyödyntää tuottamia sisältöjä vapaasti journalistisiin tarkoituksiin. Sen sijaan toimittajat kokevat viestintäasiantuntijoiden käyttävän niin sanottuja kovia

vallan muotoja, millä viitataan siihen, että toimittajien mielestä viestintäasiantuntijat pyrkivät vaikuttamaan journalistisiin sisältöihin kohdistamalla toimittajiin painostusta. Tässä mielessä kyseisten ammattiryhmien edustajien ajatukset ovat siis melko ristiriitaiset. Samaisessa tutkimuksessa todettiin kuitenkin, että toimittajilla ja viestintäasiantuntijoilla on kahdenlaisia strategioita vuorovaikutuksessaan. Ensinnäkin lyhyen aikavälin strategiasta puhuttaessa viitataan siihen, että vuorovaikutuksessa pelkästään vaihdetaan asioita kuten rahaa näkyvyyden vuoksi. Toiseksi pitkän aikavälin strategian hyödyntäminen vaatii suhteellisuutta. Tämän strategian on nähty palvelevan paremmin, sillä hyvän suhteen on todettu olevan parhain keino saavuttaa paras mahdollinen lopputulos. (Koch, Obermaier & Riesmeyer 2017, 13-14).

3.4 Relationaalinen dialektiikka aiemmissä tutkimuksissa

Relationaalista dialektiikkaa on sovellettu aiemmin tutkimuksissa enemmänkin läheisten vuorovaikutussuhteiden tutkimukseen, mutta viime aikoina teoriaa on alettu soveltaa myös professionaalisten viestintäsuhteiden tarkasteluun. Teoriaa onkin hyödynnetty esimerkiksi tutkimuksissa, jotka käsittelevät avioerosovittelijan ja asiakkaan välisiä jännitteitä sovitteluprosessissa (Baitar, De Mol & Rober 2016), sairaanhoitajien työssään kokemia jännitteitä (Apker, Propp & Zabavan Ford 2005), lääkäreiden ja potilaiden vuorovaikutussuhteiden jännitteisyyttä (Gerlander 2003), työpaikkojen sekoittuneiden suhteiden ristiriitoja (Baxter & Bridge 1992), jännitteitä opettajan ja oppijan välillä (Gerlander & Kostiainen 2005) sekä kulttuurien välisissä parisuhteissa ilmeneviä jännitteitä (Cools 2012).

Tutkimusten mukaan vuorovaikutuksessa esiin tulleet jännitteet ovat erilaisia riippuen suhteesta. Esimerkiksi lääkärin ja potilaan välisessä vuorovaikutuksessa esiintyviä jännitepareja ovat kertominen-suojaaminen, autonomisuus-riippuvaisuus, ennustettavuus-yllätyksellisyys ja arviointi-hyväksyminen. Sen sijaan sekoittuneissa suhteissa keskeiseksi nousee roolikonfliktit, jotka aiheuttavat suhteen kannalta seuraavanlaisia jännitteitä: instrumentaalisuus ja kiintymys (*instrumentality-affection*), puolueettomuus ja suosinta (*impartiality-favoritism*), avoimuus ja sulkeutuneisuus (*openness-closedness*) sekä tuomitseminen ja hyväksyntä (*judgement-acceptance*) (Rawlins 1998, Baxterin ja Bridgen 1992 mukaan).

Myös toimittajien työhön liittyviä relationaalisia jännitteitä on tutkittu. Gerlander, Hautakangas ja Ahva (2018) tarkastelivat toimittajien työhön liittyviä vuorovaikutuksen jännitteitä sovittelujournalismin näkökulmassa. Tutkimuksessa havaittiin toimittajien kohtaavan

konfliktierkkiä aiheita käsitellessään neljänlaisia jänniteitä. Ensinnäkin toimittajan työssä voidaan tutkimuksen perusteella nähdä olevan läsnä jännite ammatillisen ja henkilökohtaisen identiteetin välillä. Toimittajat kipuilevat työssään sen suhteen, missä määrin heidän on sopivaa tuoda oma äänensä kuuluviin journalistisessa työssään. Erityisesti kyseinen jännite tulee esiin haastatteluissa ja verkkokeskusteluissa, joissa tutkittujen toimittajien mukaan on tärkeää olla tietoinen omasta roolistaan. Taloustoimittajan ja viestintäasiantuntijan suhteeseen peilaten vastaava jännite ammatillisen ja henkilökohtaisen identiteetin välillä ei välttämättä ole olennainen, sillä taloustoimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välisessä vuorovaikutuksessa keskustelun aiheet eivät välttämättä kosketa henkilökohtaisesti konfliktille arkoja aiheita, vaan kyseisessä suhteessa käsiteltävät asiat pysyvät melko asiapitoisina.

Myöskään sovittelujournalismia tutkittaessa esiin tullut toimittajien pyrkimys tasapainotella tunteiden neutraaliuden ja ilmaisemisen välillä ei ole kovinkaan relevantti taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden vuorovaikutussuhteen kannalta. Gerlanderin, Hautakankaan ja Ahvan (2018) mukaan tunteet voivat joko helpottaa tai vaikeuttaa työn tekemistä. Esimerkiksi sääli voi olla haitallinen työn onnistumisen kannalta, kun taas innostus voi motivoida toimittajaa tekemään työnsä entistä paremmin. Tutkimuksen mukaan toimittajat kokevat merkittäväksi sen, että he kykenevät suhtautumaan asioihin pääasiassa neutraalisti. Toisinaan neutraalisti suhtautuminen voi tarkoittaa eräänlaista kylmyyttä. Gerlander, Hautakangas ja Ahva (2018) arvelevat kylmyyden kumpuavan journalistien tavoittelemasta kriittisyydestä ja objektiivisuudesta. He ovat kuitenkin sitä mieltä, että joissakin tilanteissa kylmyys voi kasvattaa työhön liittyvää emotionaalista taakkaa. Eettisesti tarkasteltuna tunteiden ilmaisemiseen liittyy tutkimuksen mukaan myös kysymys siitä, miten paljon toimittajat voivat käyttää tunteitaan työssään vaikuttamistarkoituksessa. (Gerlander, Hautakangas & Ahva 2018, 65.) Taloustoimittajat pyrkivät todennäköisesti neutraaliuteen, joka perustuu myös journalismin objektiivisuusvaatimukseen. Tästä huolimatta kyseinen jännitepari tuskin ilmenee taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä suhteessa.

Kolmanneksi sovittelujournalismin kontekstissa toimittajan työhön linkittyä vahvasti jännite vastakkaisuuden ja rinnakkaisuuden välille juttuaiheisiin ja niihin osallistuviin osapuoliin liittyen. Tutkimuksen perusteella näyttää siltä, että journalismissa suosittu yksinkertaistava ja kärjistävä näkökulma ohjaa usein toimittajan kohtaamiin vuorovaikutustilanteisiin valittavaksi henkilöitä, jotka jo lähtökohtaisesti suhtautuvat aiheeseen vastakkaisesti. Tutkimuksen mukaan myös se, että toimittajat suhtautuvat haastateltaviinsa usein tiedonhankinnan kohteina eikä henkilökohtaisesti osallistuvina ihmisinä, aiheuttaa vastakkaisuutta. Yksi syy jännitteen synnylle on tutkijoiden mukaan

myös vallalla oleva epäluulo kärjistyneeseen journalismiin ja siellä vallitseviin rooleihin. (Gerlander, Hautakangas & Ahva 2018, 67.) Taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutuksessa voi esiintyä vastakkaisuuden ja rinnakkaisuuden välistä jännitettä, sillä toimittajan suhtautuminen tiedonantajansa on olennainen myös kyseistä vuorovaikutussuhdetta tarkasteltaessa.

Taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan väliseen vuorovaikutussuhteeseen voi vaikuttaa myös sovittelujournalismissa esiin tullut jännite julkiseen keskusteluun osallistumiseen liittyen. Gerlander, Hautakangas ja Ahva (2018, 68) havaitsivat, että sovittelujournalismin parissa työskentelevä toimittaja kipuilee jatkuvasti sen suhteen, tulisiko hänen osallistua keskusteluun, jota hänen tekemänsä journalistinen sisältö synnyttää. Tähän liittyen toimittajan työssä on jatkuvaa työroolien rajojen vartiointia. Myös taloustoimittajat saattavat ottaa kantaa yritysten toimintaan, mikä voi aiheuttaa jännitteitä myös heidän ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden välille.

Toimittajan työhön sisältyvää vuorovaikutusta on tutkittu kuitenkin relationaalisen dialektiikan näkökulmasta verrattain vähän, vaikkakin toimittajan työhön liittyvää tutkimusta onkin olemassa. Gerlander, Hautakangas ja Ahva (2018) avaavat vuorovaikutusta nimenomaan jännitteiden näkökulmasta. Tutkimuksessa tarkastellaan kuitenkin yksipuolisesta vain toimittajien omia kokemuksia, eikä vuorovaikutussuhteiden toisille osapuolille anneta ääntä. Sen vuoksi on tarkoituksenmukaista tarkastella myös toimittajan kanssa vuorovaikutuksessa olevia osapuolia kuten viestintäasiantuntijoita, joiden vaikutus toimittajan työlle on olennainen. Suomalaisten viestintäasiantuntijoiden kokemia relationaalisia jännitteitä ei olekaan aiemmin tutkittu. Sen vuoksi on tarkoituksenmukaista tutkia tätä yhteiskunnallisesti merkittävää suhdetta nimenomaan puheviestinnän näkökulmasta.

Tässä tutkielmassa relationaalinen dialektiikka toimiikin ohjenuorana taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisen vuorovaikutussuhteen jännitteiden tarkastelussa. Tarkoituksena on hyödyntää teorianmukaisia perusjännitepareja niin sisäisten kuin ulkoistenkin jännitteiden näkökulmasta. Koska tutkimusta ohjaa Baxterin ja Montgomeryn (1996) alkuperäinen jänniteparijaottelu, eikä kyseistä vuorovaikutussuhdetta ole aiemmin tarkasteltu nimenomaan relationaalisen dialektiikan avulla, on perusteltua valita juuri nämä jänniteparit ohjaamaan tämän suhteen tarkastelua.

4 TUTKIELMAN TOTEUTUS

4.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Tämän pro gradu -tutkielman tavoitteena on selvittää, millaista vuorovaikutusta taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välillä ilmenee. Taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan suhteen merkityksellisyys yhteiskunnan tiedonvälitykselle ja sitä kautta toiminnalle on tärkeä ja koska aiheen viestinnällinen tutkimus on tähän mennessä ollut puutteellista, on tämän tutkimuksen merkitys viestinnällisen tutkimuksen eteenpäin viemisessä merkittävä. Tämän tutkielman tarkoituksena selvittää, millaisia relationaalisia jännitteitä kyseisten ammattiryhmien välisessä vuorovaikutuksessa esiintyy, mistä jännitteet johtuvat, miten ne ilmenevät ja miten niitä vuorovaikutuksellisesti hallitaan. Tarkemmin määriteltynä tutkimuksessa perehdytään nimenomaan suomalaisten taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden väliseen vuorovaikutussuhteeseen. Taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisen vuorovaikutuksen tutkiminen on yhteiskunnallisesti tärkeää, sillä kyseisten ammattiryhmien saumaton yhteistyö on olennainen osa tiedonvälitystä ja sitä kautta demokratian toteutumista yhteiskunnassamme. Lisäksi tutkittaviksi rajataan nimenomaan talousaiheiden parissa työskentelevät toimittajat ja viestintäasiantuntijat, koska tällä rajauksella voidaan olettaa, että tutkittavat henkilöt ymmärtävät käsittelyssä olevat aiheet suhteellisen samalla tavalla. Tutkimusongelmani on siis näin ollen tiivistettynä: *Miten vuorovaikutussuhteen jännitteet taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välillä ilmenevät?*

Taloustoimittaja ja yrityksen viestintäasiantuntija edustavat erilaisia ammattiprofessioita. Vaikka toimittaja ja viestintäasiantuntija ovat työnsä suorittamisen vuoksi riippuvaisia toisistaan (Larsson, 2009), suhteen osapuolten välillä on olemassa myös kriittisiä eroavaisuuksia, jotka perustuvat ennen kaikkea ammattilaisten työn erilaisiin funktioihin. Neijosenin (2006) mukaan toimittajat ja viestintäasiantuntijat pitävät journalismi tärkeimpinä funktioina tulkintaa, julkaisunopeutta sekä väitteiden ja tiedon selvittämistä, kun taas viestinnän ammattilaisten merkittävimmiksi tehtäväksi he nimeävät tiedottamisen, vaikuttamisen ja vuorovaikutuksen.

Professiot eroavat myös eettisiltä ohjeistuksiltaan. Taloustoimittajat noudattavat työssään Julkisen sanan neuvoston linjaamia Journalistin ohjeiden (2014) määrittelemiä periaatteita, joita ovat

esimerkiksi yleisön palvelu ja totuudenmukaisuus. Sen sijaan yrityksen viestintäasiantuntijoiden työn ohjeistukset tulevat Viestinnän eettiseltä neuvottelukunnalta (2015). Näitä ohjeita ovat avoimuus ja vuorovaikutteisuus, rehellisyys, luotettavuus ja arvostus. Myös vallan jakautuminen taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä suhteessa on ristiriitainen. Esimerkiksi Jones (2007 Jacksonin 2016, 764 mukaan) ja Moloney (2006 Jacksonin 2016, 764 mukaan) ovat todenneet toimittajan ja viestintäasiantuntijan käyvän vuorovaikutuksessaan jatkuvaa kamppailua vallasta. Tällaisen asymmetrisen ja professionaalisen viestintäsuhteen voidaankin ajatella olevan omiaan luomaan suhteeseen relationaalisia jännitteitä.

Vaikka aiemmissa tutkimuksissa on selvinnyt toimittajan ja viestintäasiantuntijan välisen suhteen konfliktinen luonne (Niskala & Hurme 2014) ja riippuvuus toisistaan (Macnamara 2016) ei kyseistä vuorovaikutussuhdetta ole kuitenkaan tutkittu jännitteiden näkökulmasta suomalaisessa taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan vuorovaikutussuhdekontekstissa. Tämän tutkimuksen avulla pyritäänkin siis ymmärtämään, mitkä tekijät aiheuttavat jännitteitä nimenomaan taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välillä nimenomaan suomalaisessa ympäristössä.

Sen vuoksi ensimmäinen tutkimuskysymykseni on:

TK1: Millaiset tekijät saavat aikaan jännitteitä taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutussuhteessa?

Sen lisäksi, että tällä tutkimuksella halutaan lisätä ymmärrystä ja tietämystä jännitteitä aiheuttavista tekijöistä, tarkoituksena on myös nimetä esiin tulevat jännitteet. Tutkimuksella halutaankin selvittää, millaisia jännitteitä taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutuksessa esiintyy.

Aihetta olisi hyvä lähestyä relationaalisen dialektiikan -teoriaan pohjautuen, sillä vaikka jännitteiden olemassaolo kyseisessä viestintäsuhteessa on todettu useassa tutkimuksessa, Baxterin ja Montgomeryn (1996) ajattelulle perustuvaa relationaalisen dialektiikan teoriaa tässä kontekstissa ei ole juurikaan tutkittu aiemmin. Lisäksi teoria on todettu hyödylliseksi esimerkiksi lääkäreiden ja potilaiden (Gerlander, 2003) sekä opettajan ja oppilaiden (Gerlander & Kostianen, 2005) välistä vuorovaikutusta tutkittaessa. Teoriaa on sovelluttu myös sovittelujournalismin kontekstissa (Gerlander, Hautakangas & Ahva 2018), minkä vuoksi sen hyödyntäminen taloustoimittajan ja

yrityksen viestintäasiantuntijan välisen vuorovaikutuksen tarkastelussa voidaan olettaa toimivaksi. Näin ollen toinen tutkimuskysymyksen onkin:

TK2: Minkälaisia jännitteitä taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutuksessa ilmenee?

Tavoitteena on selvittää viestintäsuhteessa läsnäolevat sekä sisäiset että ulkoiset jännitteet, sillä on tarkoituksenmukaista tutkia sekä suhteen sisällä ilmeneviä ja siihen vaikuttavia jännitteitä, että suhteen ja maailman välisiä jännitteitä, koska jännitteillä on vaikutusta myös toisiinsa. Toisaalta jänniteparien sijainnin selvittäminen ei kuitenkaan ole olennaisinta, koska kyseistä vuorovaikutussuhdetta ei ole aiemmin tutkittu nimenomaan tämän teorian avulla. Tarkoituksenmukaista on ylipäättään selvittää, millaisia jännitteitä taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välillä ilmenee.

Relationaalinen dialektiikka ei anna vastauksia, vaan tulkitsee vuorovaikutustilanteita (Baxter & Montgomery 2000). Sen vuoksi on tutkimuksen hyödyn kannalta relevanttia tutkia myös sitä, miten vuorovaikutussuhteessa olevat taloustoimittajat ja yritysviestinnän asiantuntijat kokevat voivansa vaikuttaa suhteessa risteileviin jännitteisiin. Aiemmin on selvinnyt, että toimittajien ja viestinnän asiantuntijoiden välisessä suhteessa ilmenee jännitteitä (Macnamara 2016), jotka vaikuttavat suhteessa tapahtuvaan viestintään. Juntusen tutkimuksessa kävi ilmi, että toimittajat tiedostavat itsekin jännitteisyyden, jota erityisesti uutistyöhön liittyvä kiire nykyään aiheuttaa, mutta keinoja siihen vaikuttamiseen ei ole (Juntunen 2011, 56). Toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden on kuitenkin oltava tiiviissä yhteydessä toisiinsa saadakseen työnsä tehtyä, joten tarvitaan ymmärrystä siitä, miten vuorovaikutuksesta voitaisiin tehdä toimivaa ja onnistunutta jännitteistä huolimatta.

Kolmas tutkimuskysymyksen onkin näin ollen:

TK3: Miten taloustoimittajat ja yrityksen viestintäasiantuntijat pyrkivät hallitsemaan vuorovaikutuksessa esiintyviä jännitteitä?

4.3 Tutkimusmenetelmä

Tämän pro gradu -tutkielman tavoitteena on selvittää, millaisia jännitteitä ilmenee taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutussuhteessa. Tutkimuksella selvitetään siis

kyseisen vuorovaikutussuhteen osapuolten kokemuksia jännitteistä. Näin ollen tutkielma sijoittuu sosiokulttuuriseen viestinnän tutkimustraditioon, jonka mukaan viestintä on merkityksiä rakentava ja uudelleen tuottava prosessi. Tiivistäen ajatuksena on siis se, että ihmiset yhdessä vuorovaikutuksellaan muokkaavat olemassaolevaa todellisuutta (Littlejohn & Foss, 2011, 55). Tradition mukaan ryhmät ja kulttuurit siis rakentavat yhdessä viestimällä todellisuuden kokonaisuuden (Littlejohn & Foss, 2008, 43). Kyse on siis pitkälti merkityksistä ja kokemuksista, mitkä rakentavat ihmisille yhteisen ymmärryksen (Littlejohn & Muller 2008, 36–37). Tutkittaessa taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden vuorovaikutuksessa esiintyviä jännitteitä, halutaan keskittyä nimenomaan siihen, miten ja millaisena vuorovaikutuksen osapuolet jännitteet kokevat. Kokemusten perusteella taas pyritään edelleen tulkitsemaan, millaisia merkityksiä kokemukset saavat.

Koska tutkielman tavoitteena on selvittää kokemuksia, toteutetaan tutkielma laadullista menetelmää hyödyntäen. Laadullisen tutkimuksen päämenetelmänä pidetään haastattelua (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 205), ja Suomessa haastattelu onkin yleisin laadullisessa tutkimuksessa hyödynnetty aineistonkeruumenetelmä (Eskola & Suoranta 1998, 86). Haastattelu on perusteltu aineistonkeruumenetelmä silloin, kun halutaan selvittää, mitä ihminen ajattelee tai miksi hän toimii kyseisellä tavalla (Tuomi & Sarajärvi 2018, 84). Haastattelulla pyritäänkin selvittämään, mitä haastateltavalla on mielessään (Eskola & Suoranta, 1998, 86). Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2007, 199) korostavat haastattelun ainutlaatuisuutta siinä mielessä, että haastattelussa tutkija on suorassa vuorovaikutuksessa tutkittavan henkilö kanssa. Haastattelu on toimiva aineistonkeruumenetelmä vähän tutkittujen aiheiden kohdalla, jolloin sen avulla on mahdollista tilanteen edetessä viedä haastattelua toivomaansa suuntaan (Hirsjärvi & Hurme 2011,35), aivan kuten tässä tilanteessa, kun lähdetään tutkimaan ennen tutkimattomien jännitteiden olemassaoloa ja niiden vaikutuksia.

Haastattelun suurimpana etuna voidaankin pitää sen mahdollistamaa joustavuutta (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 204). Tässä tutkielmassa aineisto kerätään teemahaastattelulla, joka etenee tiettyjen etukäteen laadittujen teemojen mukaan (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 87–88). Teemahaastattelun aikana tutkijalla on mahdollisuus toistaa tai selventää kysymyksensä haastateltavalle. Lisäksi tutkijan on mahdollista oikaista asiaa väärinkäsityksiltä välttyäkseen. Hän voi myös muuttaa sanamuotoja ja kysymysten järjestyksiä sekä käydä laajempaa keskustelua aiheesta tutkittavansa kanssa. Teemahaastattelun etuna on lisäksi se, että tutkijalla on mahdollisuus vaikuttaa haastateltavien valintaan ja saada vastaajiksi tutkimukseen parhaiten sopivat henkilöt (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 201; Tuomi & Sarajärvi 2018, 86). Tämä antaa tutkijalle

mahdollisuuden tavoittaa haastateltavat haastattelun jälkeen esimerkiksi täydentävien tietojen tarpeessa (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 201).

Koska teemahaastattelu korostaa erityisesti ihmisten tulkintoja ja merkityksiä asioista, soveltuu kyseinen tutkimusmenetelmä tähän tutkimukseen erinomaisesti. Teemahaastattelu toimii tässä tutkielmassa myös sen vuoksi, että se antaa tutkijalle mahdollisuuden soveltaa ja muokata kysymysrunkoa. Lisäksi kun aihetta tutkitaan teemahaastattelun keinoin, voi tutkija vaikuttaa aineiston lähteinä toimivien henkilöiden valintaan ja saada sitä kautta kattavan aineiston tutkimukselleen.

4.2 Aineistonkeruu ja analysointi

Tämän tutkielman aineisto kerättiin haastattelemalla kuutta suomalaista taloustoimittajaa ja kuutta suomalaista yrityksen viestinnässä työskentelevää viestintäasiantuntijaa. Haastatteluun soveltuivat sellaiset talouden parissa työskentelevät toimittajat, joiden työhön sisältyy runsaasti vuorovaikutusta yrityksen viestintäasiantuntijoiden kanssa, ja sellaiset viestintäasiantuntijat, joiden työ painottuu vahvasti mediasuhteiden hoitoon ja sitä kautta vuorovaikutukseen taloustoimittajien kanssa.

Haastateltavat koottiin hyödyntämällä Twitteriä, LinkedIniä sekä Taloustoimittajat ry:n että viestinnän ammattilaisten järjestöjen Viesti ry:n ja ProCom – Viestinnän ammatillaiset ry:n viestintäalustoja ja uutiskirjeitä. Näiden osa haastateltavista ilmoitti halukkuutensa osallistua tutkimukseen suoraan tutkijalle. Osaan haastateltavista tutkija oli puolestaan suoraan yhteydessä joko uutismedian tai yrityksen nettisivuilta löytyvän sähköpostiosoitteen avulla. Mahdollisille haastattelu ehdokkaille lähetetyssä haastattelupyynnössä kävi ilmi tutkimuksen aihe ja tutkimusala. Lisäksi pyyntöön sisältyivät tiedot haastattelutilanteen etenemisestä ja muista haastattelutilanteen käytäntöihin liittyvistä seikoista.

Haastateltavaksi saatiin kuusi suomalaista talousaiheisiin keskittyvää toimittajaa. Haastatellut toimittajat olivat keski-ikänsä 31 vuotiaita ja työkokemusta erilaisista journalistisista työtehtävistä heillä oli keskimäärin hieman reilu kuusi vuotta. Viisi haastateltavista oli naisia ja yksi oli mies. Tutkielmaa varten haastateltiin myös kuutta suomalaista yrityksen viestinnän asiantuntijaa, joiden keski-ikä oli hieman yli 43 vuotta. Kyseiset viestinnän asiantuntijat työskentelivät yrityksissään

keskenään eri tasoissa tehtävissä. He olivat työskennelleet edustamassaan yrityksessä keskimäärin hieman vajaat neljä vuotta. Haastatelluista viestinnän asiantuntijoista kaksi oli miestä ja neljä naista.

Aineisto kerättiin teemahaastatteluilla, joissa kysymykset muodostettiin tutkimuksen viitekehyksen perusteella (Tuomi & Sarajärvi 2018, 88–89). Haastattelut toteutettiin haastateltavien toiveiden mukaisissa paikoissa ja toivomana ajankohtana vuoden 2019 marraskuun ja joulukuun aikana. Kaikkien haastateltavien kanssa käytiin läpi samat teemat, mutta kysymysten muoto ja esitysjärjestys saattoivat muokkautua tilanteesta riippuen, mikä onkin teemahaastattelulle tyypillistä (Eskola & Suoranta 1998, 87).

Tämän tutkielman teemahaastattelun teemat rakennettiin perustumaan aiempaan tutkimukseen ja relationaaliseen dialektiikkaan (LIITE 1 & 2). Ensimmäinen teema keskittyi tarkastelemaan vastaajan kokemaa ammattiprofessiota, tavoitteita ja roolia. Teeman tarkoituksena oli antaa vastauksia jännitteiden syille ja mahdollisesti myös nimetä niitä. Toisen teeman alle asettuivat vuorovaikutusta kyseisessä suhteessa määrittelevät haastateltavien omat ajatukset ja kokemukset. Tavoitteena tämän teeman kysymyksillä oli selvittää edelleen, millaisia jännitteitä vuorovaikutuksen aikana ilmenee. Kolmanteen teemaan sen sijaan sisällytettiin vuorovaikutuksen haasteet ja niiden hallinta. Tällä teemalla haluttiin selvittää niin ikään vuorovaikutussuhteessa ilmeneviä jännitteitä, niihin liittyviä mahdollisia haasteita sekä keinoja, joilla viestinnän osapuolet voivat vaikuttaa niihin.

Kaikki haastattelut nauhoitettiin, ja ne kestivät noin 35–60 minuuttia. Seuraavaksi jokainen haastattelu litteroitiin sanatarkasti tietokoneen tekstinkäsittelyohjelmaa avuksi käyttäen. Litteroitua tekstiä muodostui Times New Roman -kirjaisinta käyttäen kaikkiaan 112 sivua rivivälillä 1. Litteraattitekstiä muokattiin seuraavaksi siten, että siitä poistettiin yritysten ja henkilöiden nimet sekä muut tarkat nimitykset haastateltavien anonymiteetin varmistamiseksi. Lisäksi litteroituun tekstiin lisättiin välimerkkejä luettavuuden helpottamiseksi. Haastateltavat on identifioitu tulososiossa numeroin (viestintäasiantuntijat: V1, V2, V3, V4, V5, V6 ja toimittajat: T1, T2, T3, T4, T5 ja T6).

Tässä tutkielmassa haastatteluin kokoon kerätyn aineiston analysointi suoritettiin teoriaohjaavalla analyysillä. Teoriaohjaavassa sisällönanalyysissä ennalta määrätty teoria toimii analyysin apuna, mutta analyysi ei kuitenkaan suoraan pohjautu teoriaan. Erona puhtaaseen teorialähtöiseen analyysiin verrattuna teoriaohjaavassa analyysissä on se, ettei analyysi rajaudu tiukasti teorian mallintamiseen, vaan teoria toimii pikemminkin uusien ajatussuuntien synnyttäjänä. Aineiston

analyysissä vaihtelivatkin tätä menetelmää hyödynnettäessä sekä aineisto että valmiina oleva teoria, joita yhdistelemällä tarkoituksena oli luoda uusia tulkintoja. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 110.)

Teoriaohjaava analyysi sopii tähän tutkielmaan erityisen hyvin, sillä tutkimuksen tavoitteena on selvittää taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisen vuorovaikutussuhteen relationaalisia jännitteitä. Näin ollen analysoinnissa ohjenuorana toimi teoriaohjaava analyysi, sillä tutkimusta ohjasi vahvasti relationaalisen dialektiikan teoria. Koska aihetta ei ole tutkittu juurikaan aiemmin, on kuitenkin perusteltua hyödyntää analyysissä myös aineistosta kumpuavaa tietoa. Näin ollen analyysissä yhdistyvät siis sekä teoria että aineisto itsessään. Tällä tavoin on mahdollista saada selville uusia tulkintoja, eikä pidättäytyä pelkästään relationaalisessa dialektiikassa tarkkaan rajattuihin jännitepareihin.

Tutkimuksen aineiston analysointi käynnistyi tutustumalla aineistoon perusteellisesti. Aluksi aineisto luettiin useaan otteeseen läpi. Lukukertojen lisääntyessä aineistosta alkoi nousta esiin tutkimusongelman ja siihen johtavien tutkimuskysymysten kannalta olennaisia teemoja. Teemoiksi nousivat muun muassa professioiden tuottamat roolit, tehtävät, tavoitteet ja kohderyhmät. Myös sekä taloustoimittajien ja yritysviestijöiden välisen vuorovaikutuksen odotukset ja haasteet havaittiin merkittäviksi teemoiksi.

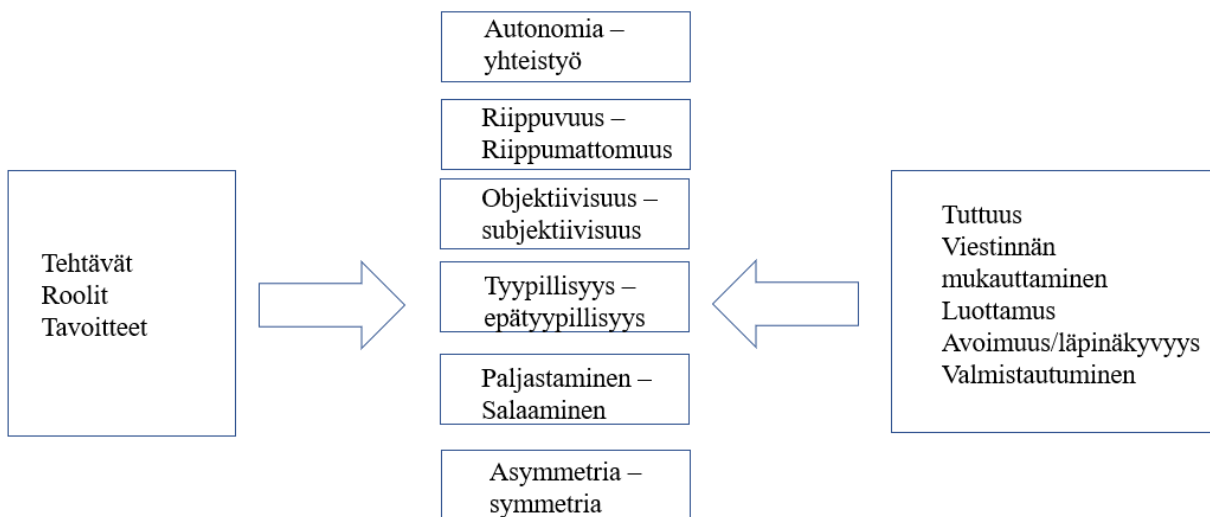
Teemoittelun jälkeen aineiston analyysiä jatkettiin tarkastelemalla, millaisia samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia haastatteluun osallistuneiden taloustoimittajien ja yritysviestijöiden vastauksissa ilmeni. Tämän jälkeen aineiston analyysiä jatkettiin edelleen vertailemalla esiin tulleita ristiriitaisuuksia relationaalisen dialektiikan pääjännitepareihin, ja pyrkimällä siten selvittämään pätevätkö teorian pääjänniteparit, integraatio-separaatio, stabiilius-muutos ja ilmaisu-yksityisyys, aineistosta nouseviin jännitteisiin.

Vertailun avulla luotiin yhteensä kuusi jänniteparia, jotka ovat autonomian ja yksityisyyden, riippuvuuden ja riippumattomuuden, objektiivisuuden ja subjektiivisuuden, tyypillisyyden ja epätyypillisyyden, paljastamisen ja salaamisen sekä symmetrian ja asymmetrian välinen jännite. Näiden esiin nousseiden jänniteparien alle listattiin aiemmin esiin tulleiden teemojen perusteella jännitteitä synnyttäviä ja toisaalta niitä hallitsevia tekijöitä. Tämän jälkeen analyysi kirjoitettiin puhtaaksi. Tulosluvussa selvittään analyysin perusteella selvinneet jänniteparit, niitä aiheuttavat tekijät sekä niitä hillitsevät tekijät.

5 TULOKSET

5.1. Jänniteparit

Haastatteluaineiston analyysissä selvisi, että taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutussuhteessa on läsnä erilaisia jännitepareja, jotka kumpuavat vuorovaikutussuhteen osapuolten erilaisista tavoitteista ja tehtävistä, rooleista ja vallasta. Teemahaastattelun teemojen pohjalta aineistosta nousivat esiin jännitteet autonomian ja yhteistyön, riippuvuuden ja riippumattomuuden, objektiivisuuden ja subjektiivisuuden, tyypillisyyden ja epätyypillisyyden, paljastamisen ja salaamisen sekä symmetrian ja asymmetrian välillä. Tulososiossa tarkastelen näitä jännitepareja ja niihin vaikuttavia tekijöitä sekä pyrin vastaamaan tutkimuskysymyksiini siitä, miten taloustoimittajat ja yrityksen viestintäasiantuntijat pyrkivät vaikuttamaan jännitteisiin ja sitä kautta vuorovaikutussuhteen onnistuneisuuteen.



Kuvio 1. Jännitteiden aiheuttajat, jänniteparit ja jännitteiden hillitsijät taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutussuhteessa.

Jännitepareilla tarkoitetaan vastakohtaisuuksia, jotka ovat toisistaan riippuvaisia. Tämä tarkoittaa, että jännitteen olemassaolo vaatii vastakohtaisen jännitteen. Yksilöt siis tasapainottelevat samanaikaisesti erilaisten jännitteiden välillä. Jännitteen voimakkuus onkin riippuvainen sen vastinparista.

Esimerkiksi kilpailun jännitteen vahvistuminen kallistaa vuorovaikutussuhdetta pois päin vastakkaisesta, yhteistyön, jännitteestä. Mikäli vuorovaikutuksessa olevien henkilöiden toiminta kallistuu vastakkaisiin suuntiin, kiristyvät jännitteet, mikä vaikuttaa vuorovaikutuksen onnistumiseen.

5.1.1. Autonomia ja yhteistyö

Haastatteluaineiston perusteella taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden välisessä vuorovaikutuksessa voidaan nähdä olevan läsnä jännite autonomian ja yhteistyön välillä. Kyseinen jännitepari saa alkunsa aineiston perusteella taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden töihin liittyvistä erilaisista rooleista, tehtävistä ja tavoitteista. Se, vahvistuuko jännite autonomian vai yhteistyön puoleen ja miten hallitsevaksi jännite koetaan, on riippuvainen aineiston perusteella siitä, kumman ammattiryhmän edustajan näkökulmasta asiaa tarkastellaan.

Koska ristiriita autonomian ja yhteistyön jännitteen välillä näyttää kumpuavan erityisesti yrityksen viestintäasiantuntijoiden ja taloustoimittajien erilaisista rooleista ja kokemuksista niihin liittyen, on syytä ensiksi tarkastella aineistossa esiin tulleita taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden kokemuksia erilaisista rooleistaan ennen kuin syvennyttään varsinaiseen autonomian ja yhteistyön jännitepariin.

Haastateltujen yrityksen viestintäasiantuntijoiden mielestä heidän tärkein tehtävänsä on toimia edustamansa yrityksen edun mukaisesti ja viime kädessä palvella yritystään mahdollisimman tarkoituksemukaisesti. Aineistosta selvisi, että yrityksen viestintäasiantuntijat kokevat tärkeimmäksi roolikseen eräänlaisen linkkinä toimimisen. Haastatellut viestintäasiantuntijat siis kokevat, että heidän tehtävänsä on toimia yhdistävänä tekijänä edustamansa yrityksen ja taloustoimittajien ja sitä kautta median välillä. Heidän mielestään heidän tehtävänsä on toisaalta palvella yritystään kertomalla siitä eteenpäin toimittajille ja medialle yrityksen kannalta suopeaa tietoa. Koska yrityksestä lähtevien viestien tulee olla linjassa yrityksen strategian kanssa, ei yrityksen viestintäasiantuntija voi itse alkaa sanelemaan kertomuksia, vaan hänen kohdistuu jatkuvasti painetta yrityksen puolelta siinä mielessä, että hänen välittämänsä tiedon on perustuttava yrityksessä sisäisesti luotuihin tarinoihin ja sanomiin.

Samaan aikaan yrityksen viestintäasiantuntijat kuitenkin kertovat kokevansa, että heidän toinen tärkeä tehtävänsä on palvella taloustoimittajia. Haastateltujen yrityksen viestintäasiantuntijoiden kertomusten mukaan heidän tehtävänä on vastata mahdollisimman nopeasti taloustoimittajien tietopyynn-

töihin sekä etsiä yrityksestään sopivia asiantuntijoita toimittajien haastatteluja varten. Ylipäätään yrityksen viestintäasiantuntijoiden tehtävä on heidän oman kertomansa mukaan selvittää, miten ja mistä heitä lähestyneet taloustoimittajat saavat tavoittelemansa tiedon.

Linkkinä toimimisen roolissaan yrityksen viestintäasiantuntijat joutuvatkin lakkaamatta tasapainottelemaan sen suhteen, kumpaa tahoa he palvelevat voimakkaammin. Haastatellut viestintäasiantuntijat joutuvat siis tasapainoilemaan samanaikaisesti kahteen eri suuntaan. Tähän liittyen olennaiseksi nousee jännite autonomian ja yhteistyön välille, sillä mikäli yrityksen viestintäasiantuntija päätyy palvelemaan enemmän ja vahvemmin yritystään, osoittaa hän toiminnallaan kykenevänsä autonomiseen toimintaan tiedonhallitsijan roolistaan käsin. Toisin sanoen tässä tapauksessa yrityksen viestintäasiantuntijat eivät tavoittele yhteistyötä taloustoimittajien kanssa. Jos taas yrityksen viestintäasiantuntija alkaa palvella yritystään enemmän taloustoimittajaa, vahvistuu yhteistyön jännite, kun taas jännite autonomian suuntaan heikkenee.

Useiden haastateltujen yrityksen viestintäasiantuntijoiden mukaan heidän työnsä tärkein motiivi on kuitenkin olla uskollinen nimenomaan yritykselleen, ei toimittajalle, minkä vuoksi autonomian jännite heidän puoleltaan vahvistuu. Erään haastatellun viestintäasiantuntijan mukaan viestinnän ammattilaisen pitää työssään tehdä kaikkensa yrityksensä tarpeiden ja tavoitteiden eteen.

VI: Oon sitoutunut meidän yritykseen ja siihen mitä me tehdään, et mä teen sen eteen töitä. Mut toki mä koen myös, että mun työllä on siinä merkitystä, että ihmiset kuulee niistä asioista.

Kyseinen yrityksen viestintäasiantuntija, kuten pääasiassa muutkin haastatelluista viestintäasiantuntijoista, korostaa merkityksellisyyttään yrityksen sanansaattajina. Viestintäasiantuntijoiden vastauksissa toistuukin ajatus siitä, että töitä tehdään nimenomaan yrityksen hyväksi, minkä vuoksi haastatellut viestintäasiantuntijat pitävät tärkeänä, että he ovat samoilla linjoilla yrityksen arvomaailman kanssa. Viestintäasiantuntijat siis kokevat, että heidän on kaikissa tilanteissa kyettävä rehellisesti allekirjoittamaan myös itse yrityksensä ydinviestit. Ylipäätään haastatellut yrityksen viestintäasiantuntijat ovat yhtä mieltä siinä, että yrityksestä viestittävien asioihin on uskottava itse. Eräs haastateltava perustelee asiaa näin:

V6: Kyl sen tiedon pitää olla aina sellasta, minkä takana sä voit seistä. Oli se kuka tahansa, kenelle sä sitä tietoo tarjoot.

Haastatellut taloustoimittajat taas kokevat yrityksen viestintäasiantuntijoiden päätehtäväksi ja -tavoitteeksi saada taloustoimittajat ja media kiinnostumaan heidän yrityksensä asioista. Taloustoimittajat

siis kokevat, että yrityksen viestintäasiantuntijat pyrkivät ainakin jossakin määrin vaikuttamaan toimittajiin saadakseen haluamiaan tarinoita ulos julkisuuteen. Tähän liittyen näyttääkin siltä, että haastatellut taloustoimittajat kokevat viestintäasiantuntijoiden pyrkivän yhteistyön jännitteen puoleen.

Haastatellut taloustoimittajat pitävät puolestaan oman työnsä päätavoitteena ja -tehtävänä kertoa yhteiskunnallisesti merkittävistä asioista objektiivisesti ja tasapuolisesti yleisöilleen. Taloustoimittajat korostivat vastauksissaan journalismin sääntöjä ja periaatteita puhuessaan tehtävästään. Haastatellut taloustoimittajat kertovat tiedostavansa hyvin selvästi, että heidän ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden tavoitteet ja tehtävät ovat erilaiset, mikä vaikuttaa heidän mukaansa myös kyseisten ammattiryhmien edustajien väliseen vuorovaikutukseen ja voi sitä kautta haastaa yhteistyön onnistumisen. Eräs haastatelluista taloustoimittajista kiteyttää taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden erilaiset intressit seuraavasti:

T6: Työtä tehdään eri intresseistä. Et meidän intressi on se meidän yleisö ja journalistiset tavallaan niinku ideaalit, ja tota nii ohjeet ja näin, ja sitten yritysviestijöitten lähtökohtana on sitten yrityksen palveleminen, sen julkikuva ja sen viestinnän tuominen esille

Haastatellut taloustoimittajat pyrkivät siis saamaan yrityksestä viestintäasiantuntijoiden avulla irti monipuolisesti aitoa ja puolueetonta tietoa. Aineistosta selviääkin, että tässä mielessä taloustoimittajat luovat vuorovaikutussuhteessa yrityksen viestintäasiantuntijoihin jännitteen autonomian suuntaan, sillä pyrkimällä objektiivisuuteen he asettavat yrityksen viestintäasiantuntijoiden viestit oman tavoitteensa mukaisiksi.

Sen sijaan yrityksen viestintäasiantuntijat pitävät taloustoimittajien tärkeimpänä tehtävänä asioiden selvittämistä ja niistä julkisuuteen kertomista. Haastateltujen viestintäasiantuntijoiden ajatukset taloustoimittajan roolista yleisöilleen vaihtelivat sen mukaan, missä mediassa toimittajan ajateltiin työskentelevän. Heidän mukaansa esimerkiksi kaikelle kansalle kirjoitettavissa päivälehdissä työskentelevien taloustoimittajien ajatellaan kykenevän kertomaan selkokielellä vaikeistakin talousaiheista. Sen sijaan talousaiheissa medioissa työskentelevien taloustoimittajien rooli koettiin enemmänkin asiantuntijana, koska kyseisten julkaisujen yleisöjen ajateltiin olevan erilaisia. Tiivistetysti haastateltujen yrityksen viestintäasiantuntijoiden ajatukset taloustoimittajien tehtävistä vaihtelivat siis sen mukaan, millaisena heidän tekemänsä työn yleisöt koettiin. Ylipäätään yrityksen viestintäasiantuntijat pitävät toimittajia tärkeinä työnsä ja yrityksensä kannalta. Eräs haastatelluista viestintäasiantuntijoista kiteyttää toimittajien roolin seuraavasti:

V6: He (taloustoimittajat) on niinku tulkkina tietyllä tavalla meille tosi tärkeelle kohderyhmälle yrityksen tekemisistä.

Tutkimushaastatteluihin kävi myös ilmi, että usein yritysten välittämän tiedon ja taloustoimittajien toivoman tiedon välille voi muodostua ristiriita. Ristiriita voi syntyä, mikäli yrityksen viestintäasiantuntija ei tarjoakaan taloustoimittajalle sellaista tietoa tai haastateltavaa asiantuntijaa, mitä taloustoimittaja on yritykseen yhteyttä ottaessaan toivonut. Näin ollen yhteistyön jännite ei vahvistukaan, vaan sen sijaan jännite autonomian suuntaan kasvaa. Haastateltujen taloustoimittajien mukaan vaikeudet tiedonsaamisessa voivat kiristää vuorovaikutussuhteen tunnelmaa. Taloustoimittajat kuitenkin huomauttavat haastatteluaineistossa kaivavansa tiedon lopulta käsiinsä toisaalta, mikäli yrityksen viestintäasiantuntijat eivät kykene heidän kanssaan yhteistyöhön. Näin ollen taloustoimittajat siis nojautuvat käytöksellään kertomansa mukaan helpommin autonomian puoleen, koska kertovat, etteivät tiettyt yrityksen viestintäasiantuntijat lopulta ole korvaamattomia heidän työnsä kannalta.

Kuten todettua aineistosta käy siis ilmi, että ammattiryhmien tavoitteisiin ja tehtäviin liittyen voi vuorovaikutussuhteessa ilmetä jännite autonomian ja yhteistyön välillä, sillä yrityksen viestintäasiantuntijat ja taloustoimittajat käyvät vuorovaikutuksessaan jatkuvaa kamppailua sen suhteen, pyrkivätkö he enemmän kilpailemaan tiedosta eli saamaan sen haltuunsa itsenäisesti vai saavuttamaan yhteistyöllä kumpaakin osapuolta miellyttävän lopputuloksen ja sitä kautta tasapainon. Lopputulokset eli tavoitteet ovat erilaiset riippuen kummasta ammattiryhmän edustajasta puhutaan.

Ristiriitoja tähän liittyen näyttää aineiston perusteella syntyvän esimerkiksi silloin, jos yritys ei viestikään median toivomusten mukaan. Aineiston perusteella toisinaan voi olla tilanteita, joissa yritys ei tahdo esimerkiksi mainekriisiuhkan vuoksi viestiä tilanteestaan. Toisaalta pörssiyrityksissä työskennelleet tutkielmaan varten haastatellut yrityksen viestintäasiantuntijat huomauttavat lainsäädännön pakotukset avoimuuteen ja läpinäkyvyyteen. Eräs haastatelluista yritysviestinnän asiantuntijoista korostaa, että avoimuudella voidaan rakentaa luottamusta toimittajia kohtaan, ja sitä kautta viestintä median kanssa helpottuu myös tulevaisuudessa.

VI: Viestinnän aina pitää olla avointa ja läpinäkyvää. Ja tavallaan jo pörssiyrityksenä meidät velvotetaan viestimään niinku avoimesti sekä positiivisesta että negatiivisesta. Sillä tavalla, että me viestitään selkeesti ja se on niinku non-misleading se meidän viestintä. Mut tavallaan sillä, et pidetään huolta niinku viestinnän eettisistä pelisäännöistä tavallaan niin, sillä rakennetaan sitä luottamusta myöskin journalisteihin päin ja laajalle yleisölle päin, mutta medialle myös siitä, että siihen meille tulee sellanen brändi ja maine, - - , et me olemme luotettava yritys, joka viestii avoimesti ja rehellisesti.

Haastatellut yrityksen viestintäasiantuntijat näyttävät siis aineiston perusteella pyrkivän samanaikaisesti tekemään töitä kahteen suuntaan. Toisaalta tällaisen kahdensuuntaisuuden voidaan ajatella palvelevan lopulta juuri yrityksen asiaa, kuten edellä olevasta sitaatista huomataan. Tällä tarkoitetaan sitä, että vaikka yrityksen viestintäasiantuntijat kertovatkin palvelevansa myös taloustoimittajia, on

taloustoimittajien palveleminen eräänlainen väline kohti lopullista tavoitetta eli yrityksen maineenhallintaa. Yrityksen viestintäasiantuntijoiden voidaankin lopulta ajattelevan ajavan vahvimmin juuri yrityksensä asiaa, minkä vuoksi pyrkimys itsenäisyyteen kahden tavoitteen välillä vahvistuu ja jännite autonomian puolesta korostuu.

Juuri tällaisissa tilanteissa ristiriidat vahvistuvat. Haastateltujen taloustoimittajien mukaan tilanteissa, joissa yritys ei esimerkiksi tahdo ottaa kantaa johonkin taloustoimittajien esittämään aiheeseen liittyen voi syntyä ristiriitaisuuksia. Aineiston perusteella näyttääkin siltä, että käsiteltävä aihe vaikuttaa taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan väliseen vuorovaikutukseen ja sen ilmapiiriin.

Näihin seikkoihin peilaten yrityksen viestintäasiantuntijoiden ja taloustoimittajien välillä vallitseekin jatkuva tasapainoilu sen suhteen, pyrkivätkö suhteen osapuolet enemmänkin autonomisesti hankkimaan ja hallitsemaan esiin tulevaa tietoa vai mukautuvatko he tilanteeseen siinä määrin, että kykenevät tekemään työnsä sulassa sovussa ja yhteistyössä. Mikäli yrityksen viestintäasiantuntijat kohdistavat taloustoimittajiin liian suurta epäilyä, vuorovaikutussuhteeseen voi heijastua syväkin jännitettä, mikä taas on omiaan vaikeuttamaan vuorovaikutuksen onnistumista.

T3: Kun muhun suhtaudutaan epäilevästi ja sitten tavallaan muhun kohdistetaan aggressiivisia viestintätaktiikoita niin sillohan mun epäilykset juuri herää.

Osasta taloustoimittajien haastatteluista nousi vahvasti esiin se, että heidän mielestään viestintäasiantuntijoiden ja yritysten on jollain tavalla syytäkin suhtautua toimittajiin epäilevästi. Tässä mielessä taloustoimittajat näyttävät vahvistavan ajatusta jännitteisyydestä ja ammattilaisten roolien erilaisuudesta.

Haastatelluille taloustoimittajille näyttääkin olevan tärkeää, että toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden roolit pysyvät erillään. Tässä mielessä vaikuttaakin siltä, että nimenomaan toimittajat pyrkivät pysymään enemmän yksilöinä kuin yhteispelin pelaajina. Suurimman osan haastateltujen toimittajien mielestä jännitteiden olemassaolo kyseisessä vuorovaikutussuhteessa on itseasiassa välttämätöntä, koska professioihin sisältyvät tavoitteet ja sitä kautta tehtävät sekä näkökulmat ovat niin erilaiset.

Eräs haastatelluista kertoo turhautuvansa nyky-yhteiskunnassa vallitsevaan ajatukseen toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden yhteispeliin liittyen.

T3: Tavallaan puhe et me oltais ikään kuin et niitä jännitteitä ei pitäis olla ja et me ollaan niinku saman asian äärellä tässä kaikki ni mua ärsyttää se tosi paljon, koska eihän me olla, mehän toimitaan ihan erilaisella logiikalla.

Sen sijaan haastatellut yrityksen viestintäasiantuntijat suhtautuvat myönteisemmin ajatukseen yhteispeleistä, sillä he uskovat, että yhteistyön keinoin sekä he että taloustoimittajat pääsevät parhaaseen lopputulokseen. Yrityksen viestintäasiantuntijoiden mukaan yhteistoiminta auttaa kumpaakin osapuolta:

V6: Totta kai se ois ideaali (yhteistyö) emmä usko et kukaa hyötyis et se olis jotenkin muulla tavalla: ei yritys, ei se viestinnänasiantuntija, eikä se toimittajakaan

Haastatteluaineistosta selviääkin, että taloustoimittajilla ja yrityksen viestintäasiantuntijoilla on erilaiset odotukset liittyen omiin ja toisen tehtäviin ja rooliin liittyen. Nämä odotukset ovat omiaan synnyttämään jännitteisyyttä kyseiseen vuorovaikutussuhteeseen. Samalla kun yrityksen viestintäasiantuntijat näyttävät kannattavan yhteistyötä ja odottavan sitä myös toimittajilta, pyrkivät taloustoimittajat haastattelujen perusteella enemmänkin autonomiseen työskentelyyn. Vaikka taloustoimittajat aineiston perusteella eivät itse pyrkisi yhteistyöhön yrityksen viestintäasiantuntijoiden kanssa, näyttävät he odottavan sitä kuitenkin yrityksen viestintäasiantuntijoilta. Eräs haastateltava kiteyttää ajatuksen näin:

T6: Ois paras, jos he (viestijät) kokee itse et heidän kannattaa tehdä yhteistyötä ei se tietenkään oon mitenkään pakollista, tietenkin yksityisillä yrityksillä ja miksei muillakin tahoilla on niinku oikeus sanoa että ei me nyt kommentoida tai auteta, mutta yleensä on lähtökohta että kannattaa tehdä yhteistyötä

Tiivistäen voidaan todeta, että sekä taloustoimittajat että yrityksen viestintäasiantuntijat kannattavat yhteistyötä, vaikka toiminnallaan saattavatkin toisinaan kallistaa jännitettä autonomian suuntaan.

5.1.3 Riippuvuus ja riippumattomuus

Autonomian ja yhteistyön jännitteeseen liittyvä, mutta myös omana jänniteparina ilmenevä, riippuvuuden ja riippumattomuuden jännite ilmenee taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden välisessä vuorovaikutuksessa. Aineiston perusteella käy ilmi, että taloustoimittajat ja yrityksen viestintäasiantuntijat ovat riippuvaisia toisistaan. Sekä haastatellut taloustoimittajat että viestintäasiantuntijat myöntävätkin tarvitsevansa toisiaan saadakseen työnsä tehtyä.

Tähän jännitepariin liiyykin kiinteästi autonomian ja yhteistyön välinen jännite, sillä riippuvuuden kasvaessa voidaan ajatella, että ideaalitalanteessa myös yhteistyö kasvaa, sillä haastattelujen perusteella taloustoimittajat ja yrityksen viestintäasiantuntijat eivät kykene tekemään työtään täydellisesti ilman toisiaan. Haastatellut taloustoimittajat nimittäin kertovat tarvitsevansa yrityksen viestintäasiantuntijoita tiedon saamiseen, kun taas yrityksen viestintäasiantuntijoiden kertomuksissa korostuu

ajatus siitä, että taloustoimittaja on heille eräänlainen portti tiedon julkisaattamiseen. Eräs haastatelluista yrityksen viestintäasiantuntijoista kiteyttää molemminpuoleisen tarpeen toisesta seuraavasti:

V5: Onhan se tosi tärkeätä, että molemmin puolin.. - - Taloustoimittajat tietää, miten yhtiöllä menee ja pystyy sitä kautta tekemään myös sen oman työnsä paremmin. Ja tota kyl se kyl sillä tavalla - - niinku sijoittajat, ku tekee päätöksiä, monethan lukee paljon sijoitusuutisia ja mediaa ja näin, että heillä on kans mahdollisimman ajankohtainen tieto, miten yhtiöllä menee, miten markkinoilla menee, mitkä on näkyvät näin pois päin, et sitä tietoo on tarpeeksi saatavilla ja se on oikeeta ja läpinäkyvää ja näin pois päin.

Kuitenkin tuloksista selviää ristiriitaisuus taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden käsityksistä riippuvuuden määrästä. Haastatellut taloustoimittajat nimittäin kokevat erityisesti yrityksen viestintäasiantuntijat riippuvaisiksi itsestään sekä mediasta, mikä tarkoittaa sitä, että heidän mielestään toimittajien merkitys yrityksille on lopulta suurempi kuin yritysten merkitys toimittajille. Tätä haastatellut toimittajat perustelivat muun muassa kertomalla, että mikäli yritys ei syystä tai toisesta anna toimittajille heidän toivomaansa tai pyytämäänsä tietoa, voivat toimittajat aina kääntyä muiden lähteiden puoleen. Sen sijaan he ajattelevat, että yrityksille on olemassa vain yksi media, jossa saada äänensä kuuluviin. Tässä mielessä toimittajat myös korostivat median mahtia. Yksi haastateltavista kiteytti asian seuraavasti:

T1: Ei mikään yritys oo niin hyvä viestijä, mikä hyvä media on, ja siihen liittyy myös puolueettomuus, et sit ihminen voi luottaa, et tässä on nyt otettu eri näkökulmia huomioon. Tää ei oo sen yrityksen tiedote vaan tää on ihan aidosti. Et ku media julkasee sen, ni se kertoo sen, et tää pitää paikkansa, eikä tää oo vaan sen yrityksen mainos.

Sen sijaan yrityksen viestintäasiantuntijoiden vastauksissa korostui enemmänkin vuorovaikutussuhteessa olevien osapuolten molemminpuoleinen riippuvuus toisistaan. Aiheesta puhuttaessa yrityksen viestintäasiantuntijoiden myönteinen suhtautuminen taloustoimittajiin myös korostui, sillä aineiston mukaan yrityksen viestintäasiantuntijat pitävät taloustoimittajien merkitystä työlleen korkeassa arvossa, mikä käy ilmi esimerkiksi seuraavassa haastatteluun osallistuneen viestintäasiantuntijan lausahduksessa:

V2: Ei tästä ilman toimittajia mitään tulis, tästä työstä, et mun pitäis antaa medialle kyllä kiitos siitä.

Jännite riippuvuuden ja riippumattomuuden välillä onkin aineiston perusteella läsnä kaikessa taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutuksessa. Se kumpaan suuntaan jännite kallistuu näyttää tutkimusaineiston mukaan olevan riippuvainen siitä, kumman ammattiryh-

män edustajan näkökulmasta asiaa tarkastellaan, sillä riippuvuuden määrään vaikuttavat aineiston perusteella profession tavoitteet ja tehtävät, suhteen taso sekä luottamus vuorovaikutuskumppaneiden välillä.

6.1.2 Objektiivisuus ja subjektiivisuus

Kolmanneksi jännitepariksi taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välille näyttää nousevan aineiston perusteella jännite objektiivisuuden ja subjektiivisuuden välillä. Taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan erilaiset roolit, tehtävät ja tavoitteet aiheuttavat niin ikään sen, että kyseisten ammattiryhmien edustajien välisessä vuorovaikutuksessa joudutaan jatkuvasti tasapainoilemaan objektiivisuuden ja subjektiivisuuden välillä.

Objektiivisuus näkyy herkimmin juuri taloustoimittajien omissa käsityksissä tehtävistään ja tavoitteistaan. Tutkimusta varten haastatelluista taloustoimittajista kaikki pitivät erittäin tärkeänä pyrkimystään objektiiviseen uutisten kerrontaan. Haastatelluille taloustoimittajille puolueettomuus ja avoin tiedonvälitys ovat aineiston perusteella selvästi heidän työnsä tärkeimpiä kriteerejä. Myös haastatellut yrityksen viestintäasiantuntijat pitivät taloustoimittajien objektiivista otetta tärkeänä. Eräs haastatelluista yrityksen viestintäammattilaisista nimittäin toteaa näin:

V5: Heillä on se oma näkökulma, miten he kertoo ja hyvä niin, et siinä pysyy tietty objektiivisuus siinä ja toimittajan oma näkemys siinä jutussa.

Sen sijaan subjektiivisuuden jännite taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan väliseen vuorovaikutukseen näyttää kumpuavan yrityksen viestintäasiantuntijan puolelta. Subjektiivisuuden jännitteellä viitataan siis yrityksen viestintäasiantuntijan kaksinais- ja linkkiroolista johtuvaan tarpeeseen viestiä asioista yrityksensä kannalta tarkoituksenmukaisesti. Toisinaan se voi haastateltujen yrityksen viestinnän asiantuntijoiden mukaan merkitä sitä, että viestintäasiantuntijan on harkittava tarkkaan, millaista viestiä hän taloustoimittajille välittää. Näin ollen yrityksen viestintäasiantuntija ei aina noudata viestinnässään taloustoimittajien toivomaa objektiivisuutta, vaan kertoo asioista aina vain oman puolensa eli yrityksen kannalta olennaisen tiedon ja totuuden.

Haastatellut taloustoimittajat kokevat, että yrityksen viestintäasiantuntijoiden tarinoihin vaikuttaa se, millaisista jutuista on kyse. Heidän kokemuksensa mukaan yritystä positiivisessa valossa tarkastelevat jutut saavat yrityksen viestintäasiantuntijat suhtautumaan myös taloustoimittajiin suopeammin,

mikä vaikuttaa helpottavasti vuorovaikutuksen onnistumiseen. Tämä ilmenee haastateltujen toimittajien mukaan esimerkiksi yrityksen viestintäasiantuntijoiden mairittelevana käytöksenä toimittajia kohtaan. Tässä mielessä korostuu nimenomaan subjektiivisuuden jännite, koska yrityksen viestintäasiantuntija tahtoo välittää taloustoimittajalle yrityksestä olennaisen tiedon eli juuri sen, mikä heille on tärkeää.

Taloustoimittajat eivät kuitenkaan kertomustensa mukaan taivu suoriltaan yrityksen viestintäasiantuntijoiden kertomuksiin ja ala myötäillä näitä, mikä selviää haastateltujen taloustoimittajien vastauksista. Eräs haastatelluista taloustoimittajista oli vahvasti sitä mieltä, että toimittajien on pyrittävä vaikuttamaan yrityksen viestintäasiantuntijaan siten, että hän saa tämän kertomaan julkisesti myös sellaisista asioista, joista yritykset eivät välttämättä edes haluaisi kertoa:

T2: Ne kertoo just sen mitä ne haluaa kertoa. Et toimittajan tehtävä on saada niitä kertomaan jotakin sellaista, mitä ne ei halua kertoa.

Sitaatissaan haastateltu taloustoimittaja korostaa nimenomaan toimittajan työlle ominaista tarvetta kuulla asioista niiden koko totuus. Hän ja muut haastatellut taloustoimittajat korostivatkin rooliaan objektiivisina tiedonvälittäjinä, minkä vuoksi he kokevat, että toimittajien tehtävä on tarttua myös yrityksen kannalta negatiivisiin aiheisiin.

Negatiivisia aiheita käsittelevät jutut kuitenkin vaikuttavat heidän kokemuksensa mukaan taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden vuorovaikutussuhteeseen kielteisesti. Haastateltujen taloustoimittajien mukaan yrityksen viestintäasiantuntijat eivät mielellään puhu negatiivisista tai yrityksen kannalta herkistä asioista, vaan saattavat tällaisten tilanteiden kohdalla esimerkiksi jättää kommentoimatta aiheita.

T6: Jos aihe onkin kielteinen yritykselle niin siinä vaiheessa joissain tapauksissa saattaa tää yhteistyö vaikeutua vähän ja ei löydetäkään haastateltavia, ei kommentoidakaan ja näin. Saattaa niinku muuttua sen mukaan, mikä sen jutun fokus on, minkälainen käsitys näillä viestinnän ihmisillä syntyy tästä jutun lähtökohdista ja siitä että mitä niinku toimittajat tekee.

Yrityksen kannalta kielteisistä aiheista puhuttaessa haastatellut taloustoimittajat ovat kohdanneet yrityksen viestintäasiantuntijoiden puolelta vaikenemisen lisäksi myös eräänlaista aiheen välttelyä ja viivyttelyä. Vastausten ja haastateltavien löytäminen tehdään tällaisissa tilanteissa taloustoimittajien mukaan vaikeaksi, kuten eräs haastateltu taloustoimittaja toteaa:

T1: Kestää tosi pitkään vastata haastattelupyyntöihin et pallotellaan

Kielteiset aiheet heijastuvat vuorovaikutukseen myös siten, ettei vastauksia ylipäättään anneta. Haastatellut taloustoimittajat kuitenkin kertovat toisaalta ymmärtävänsä tällaisissa tilanteissa yritysviestijöitä, sillä usein negatiiviset aiheet saattavat olla vahingollisia yrityksen maineelle. Toimittajat eivät kuitenkaan saa haastateltujen taloustoimittajien mukaan alistua viestintäasiantuntijoiden ”viivytystaktiikalle”, vaan heidän on vaikeuksista huolimatta tehtävä työnsä.

Ristiriita ja jännite objektiivisuuden ja subjektiivisuuden välillä johtuu näin ollen tutkimustulosten perusteella nimenomaan siitä, että taloustoimittajat ja yrityksen viestintäasiantuntijat ymmärtävät objektiivisuuden merkityksen eri tavalla. Taloustoimittajilla ja yrityksen viestintäasiantuntijoilla onkin aineiston perusteella erilaiset ”totuuskäsitykset”, jotka edelleen vaikuttavat siihen, millaisista asioista ollaan valmiita puhumaan julkisuudessa. Erään haastatellun taloustoimittajan mukaan taloustoimittajien ja yritysten kertomukset eroavat toisistaan esimerkiksi seuraavasti:

T1: Yritän kertoa tasapuolisesti kaikesta, mikä on yhteiskunnallisesti millään tasolla merkittävää ja sitten taas nää viestinnän ihmiset, he kertoo sen yrityksen asioista - - tai pyrkii kertomaan niinku todella eri tasosesti niinku tosi pieniäkin juttuja.

Haastateltujen taloustoimittajien mukaan toimittajat siis pyrkivät kertomaan kaiken. Heidän mukaansa kaikki tieto on rehellisesti ja avoimesti jaettava yleisön tietoisuuteen. Sen sijaan yrityksen viestintäasiantuntijoille tieto ja totuus, mitkä yrityksestä kerrotaan ulos, ajatellaan aineiston perusteella olevan subjektiivisesti muokkaantuneita. Haastateltujen yrityksen viestintäasiantuntijoiden mukaan yrityksen etua on aina ajateltava, kun asioista kerrotaan yrityksestä ulospäin.

Tiivistetysti voidaankin tutkimusaineistoina olleiden haastattelujen perusteella todeta, että yrityksen viestintäasiantuntijoiden näkökulma viestintään on eräällä tapaa subjektiivinen. Näyttää siltä, että yrityksen viestintäasiantuntijat noudattavat viesteissään yritykselleen sopivaa linjaa välittäen viestejä, jotka sopivat juuri heidän agendaansa parhaiten. Tähän verrattuna taloustoimittajien tavoite on selvästi erilainen, sillä haastateltujen taloustoimittajien mukaan toimittajat tavoittelevat aina työssään objektiivisuutta ja puolueettomuutta. Haastatellut taloustoimittajat nimittäin kertovat oman työnsä päätavoitteeksi ja -tehtäväksi pyrkimyksen kertoa yhteiskunnallisesti merkittävistä asioista objektiivisesti.

visesti ja tasapuolisesti. Täten taloustoimittaja ja yrityksen viestintäasiantuntija kamppailevat vuorovaikutuksessaan siitä, kenen totuus ja tieto on ikään kuin merkittävämpää, ja kallistuuko vuorovaikutuksessa läsnä oleva jännite objektiivisuuden vai subjektiivisuuden puoleen.

5.1.4 Tyypillisuus ja epätyypillisuus

Neljänneksi jännitepariksi haastatteluaineistosta nousi esille jännite tyypillisyyden ja epätyypillisyyden välillä. Haastatteluaineiston analyysissä selvisi, että taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutussuhteessa kummallakin osapuolella on melko tarkkaan määriteltyjä odotuksia vuorovaikutustilanteen etenemisen ja rakenteen kannalta. Aineistosta kävi ilmi, että kyseisessä suhteessa tasapainoillaan jatkuvasti sen suhteen, miten ennakoitavissa tilanne ja sen eteneminen on. Mikäli vuorovaikutus on hyvin ennalta-arvattavaa ja noudattaa tiettyä kaavaa, näyttää jännite kallistuvan aineiston perusteella enemmän tyypillisyyden puoleen. Toisaalta jos vuorovaikutus ei noudatakaan odotuksenmukaisia kaavoja ja siinä ilmenee yllätyksiä, epätyypillisyyden jännite vahvistuu.

Aineiston perusteella taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden välistä vuorovaikutusta rytmittävät kummankin ammattiryhmän tavoitteet ja tehtävät. Ne luovat vuorovaikutussuhteelle eräänlaiset raamit, joiden sisällä taloustoimittajat ja yrityksen viestintäasiantuntijat toimivat. Haastateltujen taloustoimittajien vastauksissa tuli esiin se, että haastattelutilanteissa he määrittävät tilanteen tahdin. Taloustoimittajat siis kokevat, että he saavat määritellä, miten tilanteessa toimitaan, koska journalistinen päätösvalta tulee heidän mukaansa aina pitää journalistin hallussa.

Varsinaisissa haastattelutilanteissa ja sen jälkeisissä yhteydenotoissa vuorovaikutusta näyttäisikin tutkimusaineiston perusteella ohjaavan Julkisen sanan neuvoston laatimat Journalistin ohjeet. Haastatellut taloustoimittajat korostivat ohjeiden merkitystä tilanteissa, joissa vuorovaikutussuhteen roolit vaikuttavat olevan epäselvät. Ylipäättään haastatellut taloustoimittajat mainitsivat useaan otteeseen kyseisen ohjeistuksen, sillä sen merkitys heidän työnsä kannalta on heidän mukaansa merkittävä.

Haastatellut taloustoimittajat kertovat hakevansa ohjeista erityisesti vakuuttavuutta toimittajuudelleen ja perusteluja toiminnalleen. Eräs haastatelluista toimittajista kertoo vetoavansa ohjeisiin erityisesti silloin, kun hän laittaa jutun luettavaksi haastatelluille viestintäasiantuntijoille tai yritysten edustajille ennen sen julkaisua. Hänen mukaansa usein tarkastusoikeutta ei nimittäin ymmärretä, mikä vaikuttaa hänen mukaansa siihen, miten haastatellut henkilöt suhtautuvat toimittajan tuottamaan materiaaliin.

T5: Journalistin ohjeiden mukaa tarkastusoikeus on sillä haastateltavalla ja sillonkin kohtuullisen ajan kuluessa ja sillonkin se koskee vaan niitä sitaatteja ja välitöntä asiayhteyttä et sitä pitää aika usein terottaa.

Toisaalta haastatellut taloustoimittajat kertovat journalistin ohjeiden luovan myös uskottavuutta ja rohkeutta toimia omassa roolissaan haastavissakin tilanteissa. Taloustoimittajat siis luovat oikeutta toiminnalleen nimenomaan kyseisiin ohjeistuksiin nojautuen. Eräs haastatelluista toimittajista kertoi ohjeisiin vetoamisen rakentavan luottamusta hänen toimittajarooliaan kohtaan.

T5: Jollain tavalla siitä (ohjeistuksesta) tulee ehkä tietynlaista kunnioitusta. En mä tiä, miten se välttämättä näkyy ja onko se vaan mun päässä, mut kyl musta tuntuu, et jos mä jämpästi sanon, miten mä asiat aion hoitaa ja sitten hoidan asiat niiden mukaa, ni kyl siit yleensä tulee sellanen, et okei tää tyyppi toimii tällä tavalla.

Vaikka taloustoimittajien vastauksissa hallitsikin ajatus siitä, että he kokevat olevansa haastattelutilanteessa vallassa, yrityksen viestintäasiantuntijoiden rooli haastattelutilanteiden onnistumiselle näyttäisi olevan aineisto perusteella olennainen. Sekä taloustoimittajat että yrityksen viestintäasiantuntijat nimittäin mainitsivat, että yrityksen viestintäasiantuntijoiden tehtävänä on organisoida haastattelutilanteita ja järjestää haastatteluun oikeita henkilöitä. Aineiston perusteella näyttää siis siltä, että yrityksen viestintäasiantuntijan rooli on ennen kaikkea haastattelutilanteen mahdollistaja, sillä kummankin ammattiryhmän edustajien mukaan viestintäasiantuntijan rooli on nimenomaan hankkia haastatteluun oikeat asiantuntijat ja tarpeen tullen myös tilat ynnä muut tarvittavat asiat.

Ylipäätään aineiston perusteella näyttäisi siltä, että taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välistä vuorovaikutusta määrittelee tietynlainen kaava. Kun haastatellut taloustoimittajat haluavat tietoa yrityksestä, heidän odotetaan lähestyvän ensiksi yrityksen viestintää, eikä suoraan esimerkiksi toimitusjohtajaa. Varsinaisesti tätä ei ole kirjoitettu minnekään ohjeistukseksi, mutta kuten haastatelluista huomataan, on se yleinen ja opittu tapa, mikä todistaa osaltaan vuorovaikutussuhteeseen sisältyvää tyypillisyyttä.

Haastatellut taloustoimittajat kertovatkin ottavansa yhteyttä ensiksi yrityksen viestintään, mikäli he eivät tiedä haastatteluunsa tarvittavaa asiantuntijaa suoraan. Vaikka osa haastatelluista taloustoimittajista on kokenut viestinnän toisinaan hidastavan haastateltavan saamista, ovat he pääosin tyytyväisiä tähän järjestelyyn. Parhaassa tapauksessa haastatellut taloustoimittajat kertovat viestinnän helpottavan huomattavasti heidän työtään.

T5: Joskus oon jopa aatellut, et vitsi oikeesti nää oikeesti mun eteen mieltivät haastateltavaa. Varsinkin jos se organisaatio saattaa olla käsittämätön, et selvästi siellä on soitettu monta tyyppiä läpi, jotta he sais mulle jonkun haastateltavan, ni silloin tulee semmone, et ei vitsi sä oot tehnyt ison työn.

Vaikka vuorovaikutussuhde taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välillä vaikuttaa aineiston perusteella melko tyyppillisesti etenevältä, eivät tilanteet aina noudata samanlaista kaavaa. Haastatellut yrityksen viestintäasiantuntijat nimittäin kertovat, ettei heidän puolestaan ole väliä tavoittelevatko taloustoimittajat suoraan asiantuntijoita vai pyytävätkö ne oikeiden henkilöiden yhteystietoja heiltä. Tästä huolimatta haastatellut yrityksen viestintäasiantuntijat kuitenkin kehottavat taloustoimittajia lähestymään ensiksi viestintää, sillä he kokevat sen helpottavan taloustoimittajien työtaakkaa nimenomaan sen vuoksi, että viestintäasiantuntijoiden työhön kuuluu olennaisesti yhdistää taloustoimittajat oikeisiin henkilöihin yrityksen sisältä. Haastatellut yrityksen viestintäasiantuntijat korostavat lähtökohtaisesti kaikki viestintäasiantuntijoiden tekemän työtään toimittajien hyväksi. Eräs haastateltu toteaa:

V2: Kyl se meidän tavoite on kuitenkin ennen kaikkea olla avoin, että meidän se viestinnän, viestintätiimin lähtökohta tossa työssä on se, että me yritetään aina auttaa sitä toimittajaa eteenpäin.

Vaikka lähtökohtaisesti haastatellut taloustoimittajat toteavat yrityksen viestintäasiantuntijoiden olevan merkityksellisiä työnsä kannalta, tahtovat he kuitenkin aina lopulta vain tietoa. Heidän mukaansa on yhdentekevää, keneltä tieto tulee, kunhan se tulee. Taloustoimittajien mukaan varsinaista vuorovaikutussuhdetta ei viestijöihin siis erikseen tarvita, sillä heidän mukaansa tärkeintä on vain saada juttua varten haussa oleva tieto.

Tähän liittyen useat tutkimukseen haastatellut taloustoimittajat turhautuvat, mikäli yrityksen viestintäasiantuntijat yrittävät liiaksi puuttua haastattelun kulkuun. Eräs haastateltu taloustoimittaja kertoo, miten yrityksen viestintäasiantuntija on saattanut tulla kuuntelemaan toimittajan ja yrityksen asiantuntijan haastattelua, ja siten häirinnyt toimittajan työskentelyä. Eräällä kerralla toimittaja pyysi viestijää poistumaan, mikä sai viestintäasiantuntijan suuttumaan.

T5: Mulle kerran yks pahastu todella pahasti siitä, kun mä sanoin, et hei mul on tapana ja ihan ystävällisesti sanoin, että hei mul on tapana pyytää viestintähenkilöä poistumaan, koska haluaisin tehdä tän haastattelun kahdestaan. Tää on henkilöhaastattelu ja niinkun en usko, että tässä mitään yrityksen suurimpia salaisuuksia lävätetään pöytään.

Haastatellut taloustoimittajat siis kokevat, että haastattelutilanteissa läsnä olemalla viestintäasiantuntijat vaikeuttavat haastatellun asiantuntijan mahdollisuuksia avoimuuteen. Lisäksi he kokevat, että viestintäasiantuntijat pyrkivät mukana olemalla kontrolloimaan tilanteessa kerrottavia asioita.

Haastateltujen yrityksen viestintäasiantuntijoiden mukaan haastattelutilanteissa mukana oleminen johtuu kuitenkin siitä, että yrityksen asiantuntija on pyytänyt viestintäasiantuntijaa mukaan tilanteeseen. Eräs haastatelluista yrityksen viestintäasiantuntijoista kuitenkin kertoo, että ollessaan mukana haastattelutilanteessa pyrkii hän kuitenkin keskittymään omiin tehtäviinsä ja olemaan mahdollisimman neutraalisti ja hiljaa.

V6: En oo koskaan sanonut, että mun pitäis mennä johonkin haastatteluun, koska mä koen että mun tehtävä on valmistaa se asiantuntija niin hyvin siihen haastatteluun, että mua ei tarvita siellä, koska siinä tulee heti semmonen tuleeks toi vahtimaan.

Eräs merkittävä taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan vuorovaikutussuhdetta leimaava piirre on tutkimusaineiston perusteella myös kiire. Sekä haastatellut taloustoimittajat että viestintäasiantuntijat ovat yhtä mieltä siitä, että työelämän hektisyys vaikuttaa toimittajan ja viestintäasiantuntijan vuorovaikutussuhteeseen. Haastatellut taloustoimittajat kertovat, että heidän kokemuksensa mukaan yrityksen viestintäasiantuntijoiden voi olla vaikea ymmärtää toimittajien työhön liittyvää hektistä aikataulua.

T4: Se on hirveen hankalaa monelle selittää millä aikajäniteel me toimitaan. Yhä edelleen näkee paljon sitä, että jotenkin ymmärretään median toimivan siinä sellasessa vanhassa niinku sanomalehtien julkasurytmissä, et se tulee sitten aamuneljältä se lehti ja se on siihen huomisee lehtee - - Mut eihän se ole niin ollut enää pitkään aikaa.

Haastateltujen taloustoimittajien mukaan erot ajan ymmärtämisessä vaikuttavat suoraan siihen, miten sujuvasti he pystyvät tekemään työnsä. Tämä vaikuttaa heidän mukaansa siihen, millainen vuorovaikutussuhteesta viestintäasiantuntijoiden kanssa muodostuu. Eräs haastatelluista taloustoimittajista kokee, että mikäli viestintäasiantuntijat hidastavat hänen työtään, alkaa hän suhtautua viestintäasiantuntijaan kielteisesti.

T3: Viestijä hidastaa hommia, niin silloin tulee turhautumista. Mua on turhauttanut, et miks mun pitää nyt heidän kautta tätä asiaa hoitaa, mun ois vaan helpompi soittaa tälle mun haastateltavalle tai olla suoraan häneen yhteydessä.

Vuorovaikutussuhde taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välillä on siis aineiston perusteella tasapainoilua ennakoitavuuden ja yllätyksellisyyden välillä, mikä ilmenee jännitteenä suhteen tyypillisyyden ja epätyypillisyyden välillä. Mikäli odotuksien vastaisuus ei toteudu, haastaa se aineiston perusteella vuorovaikutuksessa olevat taloustoimittajat ja yrityksen viestintäasiantuntijat muokkaamaan vuorovaikutussuhdettaan odottamattomaan suuntaan, mikä puolestaan vaikuttaa vuorovaikutuksen etenemiseen ja onnistumiseen.

5.1.3 Paljastaminen ja salaaminen

Taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välillä on haastatteluaineiston perusteella läsnä myös relationaalisen dialektiikan mukainen jännite paljastamisen ja salaamisen välillä. Aineistosta selviää, että jänniteparin ulkoinen ja sisäinen jännite ovat kumpikin läsnä, kun tarkastellaan taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden välistä vuorovaikutussuhdetta. Erojen laatiminen sisäisen jänniteparin, avoimuuden ja sulkeutuneisuuden, sekä ulkoisen jänniteparin, paljastamisen ja salaamisen, välille on kuitenkin tarpeetonta niiden sekoittuneisuuden takia, minkä vuoksi tässä tilanteessa yhdistetään ulkoisen ja sisäisen jänniteparin piirteitä ja tarkastellaan ilmaisun ja yksityisyyden välistä jännitettä kokonaisuutena kyseisessä vuorovaikutussuhteessa.

Taloustoimittajan ja yritysviestijän välinen vuorovaikutus näyttää tutkimusaineiston perusteella rakentuvan lähtökohtaisesti ilmaisun ja yksityisyyden välisestä jännitteestä. Kyseisessä vuorovaikutussuhteessa olennaista on haastateltujen taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden mukaan tiedonvaihto, johon luonnollisesti liittyy kysymykset siitä, mitä ja millaista tietoa toiselle suhteen osapuolelle kerrotaan tai vaihtoehtoisesti jätetään kertomatta. Haastateltujen taloustoimittajien mukaan heidän tärkein työnsä motiivi on saada yrityksen viestintäasiantuntijoilta tietoa juttuaan varten. Tiedolla voidaan haastattelujen perusteella viitata joko faktuaaliseen täsmälliseen toimittajan tuottamassa jutussa esiintyvään tietoon tai tietoon siitä, keneltä toimittaja haluamansa tiedon saa. Kaiken kaikkiaan sekä haastatellut taloustoimittajat että yritysviestijät pitävät tätä toimittajan työn tärkeimpänä motiivina ja ymmärtävät sen merkityksellisyyden vuorovaikutussuhteen dynamiikan kannalta.

Tavoitellessaan motiivinsa täyttymistä haastatellut taloustoimittajat kertovat joutuvansa kohtaamaan yrityksen viestintäasiantuntijoiden motiivit, jotka saattavat joutua vastakkain toimittajan tarpeiden kanssa. Yrityksen viestintäasiantuntijan tärkeimmäksi tehtäväksi haastateltavat nimittäin toteavat yrityksen viestin välittämisen yritykselle edullisesta näkökulmasta. Yrityksen viestinnän näkökulmasta

jännite ilmaisun ja yksityisyyden välillä nouseekin varsin suureen rooliin, sillä yrityksen viestintäasiantuntijan työssä merkittävää on haastattelujen perusteella viestiä yrityksen kannalta hyödyllisistä asioista, minkä vuoksi joistakin asioista selvästi vaietaan. Tämä voi aiheuttaa jännitteitä sen suhteen, kuinka paljon vuorovaikutussuhteessa paljastetaan tai salataan tietoa.

V2: Siinä voi olla jännite siinä välissä, mutta me ajatellaan se niin, että toimittajan työ on se, että hänen pitää selvittää tietyt asiat, meidän työ on se, että me yritetään vasta niihin kysymyksiin niin hyvin kun pystytään ja samalla tavalla suojella sen oman firman mainetta, mut se ei tarkoita sitä et me pysyttäis salaamaan niitä asioita, et se on musta yhteistoimintaa

Paljastamisen ja salaamisen välinen jännite kumpuaa aineiston perusteella lähinnä yrityksen viestintäasiantuntijan puolelta. Kuten aiemmin todettua myös tämän jännitteen aiheuttajana näyttäisi olevan yrityksen viestintäasiantuntijan ristiriitainen ja samanaikainen rooli sekä yrityksensä että taloustoimittajan palvelijana. Yrityksen viestintäasiantuntijat joutuvat siis samaan aikaan pohtimaan, miten asioiden paljastaminen vaikuttaa yritykseen ja toisaalta millainen vaikutus sillä on suhteessa taloustoimittajaan.

Toisinaan yrityksen viestintäasiantuntijat pyrkivätkin haastateltujen taloustoimittajien mukaan myös salailemaan asioita, mikä ilmenee siten, että yrityksen viestintäasiantuntijat vaikenevat tietyistä yritystystä koskevista asioista. Tämän haastatellut taloustoimittajat arvelevat johtuvan siitä, ettei kaikista arkaluontoisista ja mahdollisesti yritystä vahingoittavista asioista haluta julkisuudessa kertoa, sillä asioiden vaikutukset esimerkiksi yrityksen taloudelliselle menestykselle voisivat täten vaarantua. Haastatellut taloustoimittajat siis kertovat ymmärtävänsä syyt tällaiselle käytökselle, mutta siitä huolimatta he eivät lähtökohtaisesti hyväksy tällaista toimintaa, vaan vaativat viestintäasiantuntijoilta ja yrityksiltä ylipäättään avointa ja rehellistä viestintää myös kielteisiin aiheisiin liittyen. Tietyissä tilanteissa tällaisesta kertomattomuudesta ja vaikenemisesta voi nimittäin aineiston perusteella seurata taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan väliseen vuorovaikutussuhteeseen juuri vuorovaikutusta haastavaa jännitettä.

Haastateltujen taloustoimittajien mukaan toisinaan jännite paljastamisen ja salaamisen välillä näkyy yrityksen viestintäasiantuntijoiden toiminnassa esimerkiksi haastatteluaikojen lykkäämisinä ja aiheen välttelyinä. Taloustoimittajat pitävät tällaista viivyttelyä turhauttavana. Heidän mielestään vuorovaikutuksen onnistumisen kannalta avoimuus ja suoraselkäisyys kantaisivat pisimmälle. Sen sijaan ajan ”pelaaminen” vaikuttaa haastateltujen taloustoimittajien mukaan kielteisesti taloustoimittajan mielikuvaan sekä viestintäasiantuntijasta itsestään että koko yrityksestä.

T5: Mitä enemmän antaa toimittajalle aikaa spekuloida, sitä paremmaksi se tilanne menee

Vaikka haastatellut taloustoimittajat ymmärtävät toisinaan syyt aiheista salaamiselle, toivoisivat he yrityksen viestintäasiantuntijoilta entistä enemmän avoimuutta. Toisaalta aineiston perusteella paljastamisen ja salaamisen jännite ei näytä koskettavan henkilökohtaisesti toimittajia, vaikka väistämättä he kohtaavat sen ollessaan vuorovaikutuksessa yrityksen viestintäasiantuntijoiden kanssa.

5.1.4 Symmetria ja asymmetria

Taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutussuhteessa on haastatteluaineiston perusteella läsnä jännite symmetrian ja asymmetrian välillä. Tällä viitataan siis professionaalille viestintäsuhteille tyypilliseen asiantuntija-asiakasnäkökulmaan. Haastatteluaineistoissa kävi ilmi, että tarkastellussa vuorovaikutussuhteessa asiantuntijuuden jakautuminen ei ole yksioikoista, sillä riippuen tarkasteltavasta näkökulmasta, voidaan asiantuntijuuden ajatella olevan kummalla tahansa ammattiryhmän edustajalla.

Haastatteluaineiston perusteella taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan vuorovaikutussuhteessa symmetria ja asymmetria ilmenevät tasapainotteluna vallan jakautumisen kesken. Useat haastatelluista taloustoimittajista tunnistavat suhteessa vallitsevan tasapainottelun vallan välillä. He myöntävät, että toimitusten valta on nykyään varsin suuri, mikä saattaa toisinaan pelottaa yrityksen viestintäasiantuntijoita. Ylipäätään haastatellut taloustoimittajat kokevat, että koska heillä on valta määrittellä vuorovaikutuksen tuotteena syntyvän haastattelun muoto ja kieli, on heillä valtaa myös vuorovaikutussuhteeseen, jossa juttu syntyy. Eräs haastatelluista taloustoimittajista tiivistää roolinsa vuorovaikutussuhteessa seuraavasti:

T2: Totta kai mä kysyn kysymyksen ja ne vastaa.

Sen sijaan yrityksen viestintäasiantuntijat suhtautuvat valta-asiaan neutraalimmin. Suuri osa haastatelluista yrityksen viestintäasiantuntijoista kertoo, ettei ole pohtinut suhteessa mahdollisesti esiintyvää vallanjakautumista. Toisaalta osa heistä kuitenkin tiedostaa taloustoimittajalla olevan suuri valta siinä, mitä he yrityksestä lopulta mediassa kertovat. He siis allekirjoittavat ajatuksen siitä, että jutun julkaisuvalta kuuluu taloustoimittajalle.

Aineiston perusteella vallan jakautuminen ei kuitenkaan ole selvää, vaan siihen liittyy ristiriitaisuutta. Haastatellut taloustoimittajat myöntävät, että vuorovaikutussuhteessa valtaa on myös viestintäasiantuntijoilla, sillä taloustoimittajien mukaan viestintäasiantuntijoilla on mahdollisuus vaikuttaa siihen,

millaista tietoa he toimittajille yrityksistä antavat. Suhteen sisällä syntyykin näin ollen tasapainottelua vallan suhteen.

T6: Journalistisesti meillä on faktisesti valta, koska ei me voida luovuttaa sitä kenellekään ulkopuoliselle meidän eettisten ohjeiden puitteissa, mutta eihän mulla oo sen yrityksen tavallaan sisäisiin asioihin valtaa, et jos he päättää siellä, ettei kommentoi asiaa tai pörssiyrityksenä heitä sitoo laki, et he ei saa kommentoida tiettyyn aikaan tiettyjä asioista, niin sit se on niinku.. En mä siihen voi vaikuttaa.

Aineiston mukaan vuorovaikutussuhteen asiantuntijuus voi siis vaihdella riippuen siitä tarkastellaanko itse vuorovaikutustilannetta vai sen päämäärää. Vuorovaikutustilanteessa vallan vaaka kallistuu toimittajien puoleen silloin, kun ajatellaan esimerkiksi haastattelutilannetta. Sekä haastateltujen taloustoimittajien että yrityksen viestintäasiantuntijoiden mielestä haastattelutilanteessa toimittajat määrittelevät hyvin pitkälti tilanteen kulun, vaikka toisaalta on selvää, että yrityksen viestintäasiantuntijoiden työnluonteen vuoksi viestintäasiantuntijat alkujaan antavat toimittajille raamit haastattelutilanteeseen. Haastateltujen toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden vastausten perusteella näyttääkin, että tilanteen kulkuun liittyvä asiantuntijuus ja valta syntyvät jo heti alkuunsa.

Sen sijaan haastatellut taloustoimittajat ja yrityksen viestintäasiantuntijat olivat yksimielisiä siitä, kennellä asiantuntijuus on juttuprosessiin liittyen. Kumpienkin mielestä taloustoimittaja määrittelee jutun luonteen ja sisällön sen perusteella, mitä yrityksen viestintäasiantuntija on taloustoimittajalle ker-tonut. Tässä mielessä yrityksen viestintäasiantuntijat joutuvat tasapainottelemaan sen suhteen, mitä he toimittajille kertovat ja mitä jättävät kertomatta. Sen sijaan aineiston perusteella taloustoimittajille lankeaa tasapainoilua sen suhteen, mikä on olennaista, miten tarina kerrotaan, ollaanko mukavia viestijöille ja tavoitellaanko ennemmin yleisön intressejä ja huomiota.

Tähän jännitepariin liittyy kiinteästi haastatteluaineistossa esiin tullut median viihteellistyminen. Monet haastatelluista yritysviestijöistä nostivat esiin turhautumisensa nykyjournalismin trendinä pidettävään viihteellistymiseen ja siihen liittyvään klikkijournalismiin. Koska taloustoimittajilla on hallussa suhteen journalistinen päätäntävalta, on heillä mahdollisuus vaikuttaa siihen, millainen näkökulma yrityksestä juttuun nostetaan. Haastatellut yrityksen viestintäasiantuntijat kokevat, että yhä useammin taloustoimittajat maalaavat juttunsa turhan viihteellisiksi, mikä joissakin tilanteissa ohjaa heidän mielestään myös asiaa väärille urille ja pahimmillaan muuttaa koko jutun totuutta. Eräs haastatelluista yritysviestinnän asiantuntijoista kuvailee tilannetta näin:

V2: Sanoisin, et se trendi mikä on nykymaailmassa on että kaikki pitää populärisoida ja viihteellistää ja se on tulos nyt talousmediaan myös tää sama trendi ja se tekee sen, et epäolennaiset asiat saattaa saada

valtavan painoarvon mediassa ja se itse asia jää ihan pimentoon ja se viihteellistyminen ylipäättään on vähän pelottava asia.

Viihteellistymiseen yritysviestijät liittävät niin ikään klikki- ja mielipidejournalismin, jotka eivät heidän mukaansa saisi kuulua etenkään talousjournalismiin. Haastateltujen yritysviestijöiden mukaan taloustoimittajat kuitenkin määrittelevät juttunsa itse, eli heillä on tässä suhteessa asiantuntijuusvaltaa, ja siten vuorovaikutussuhde voidaan nähdä asymmetrisenä.

5.2 Jännitteisiin vaikuttaminen

Tutkimusaineiston perusteella taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden välinen vuorovaikutussuhde on toisinaan haasteellinen. Aineiston perusteella selviää, että kyseisten ammattilaisten välisessä vuorovaikutussuhteessa on läsnä relationaalisia jännitteitä. Jännitteet tulevat esiin usein haastavissa tilanteissa, joissa esimerkiksi taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden toiveet ja odotukset eivät kohta.

Vuorovaikutuksen haasteita voidaan kuitenkin aineiston perusteella hillitä. Haastatellut taloustoimittajat nostivat jännitteiden kannalta ennaltaehkäiseviksi tekijöiksi erityisesti tuttuuden ja kokemuksen, viestinnän mukauttamisen, avoimuuden ja valmistautumisen. Haastatelluille yrityksen viestintäasiantuntijoille tärkeimpiä haastavien ja jännitteisten vuorovaikutustilanteiden ehkäisyyn auttavia asioista puolestaan olivat avoimuus, läpinäkyvyys, säännöt, valmistautuminen ja tuttuus.

Tuttuudella ja kokemuksella haastatellut taloustoimittajat viittaavat siihen, että heidän mukaansa vuorovaikutussuhteessa toimiminen helpottuu, mikäli tilanteessa olevat henkilöt ovat ennalta toisilleen tuttuja. Näin ollen tuttuus onkin keino rakentaa ja ylläpitää taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välistä vuorovaikutussuhdetta. Tuttuudesta on erään haastatellun taloustoimittajan mukaan hyötyä jo ennen varsinaista tilannetta eli niin kutsutussa kontaktointivaiheessa.

T1: Sekin helpottaa tosi paljon, kun sanoo että [omanimi] [median nimi] soittaa. Että ihmiset tietää mistä sä soitat.

Kummankin ammattiryhmän haastatellut edustajat olivat sitä mieltä, että tuttuus vaikuttaa myönteisesti vuorovaikutuksen onnistumiseen. Haastatellut siis näkevät tuttuuden merkityksen suhteen rakentumiselle. Eräs taloustoimittaja tiivistää asian seuraavasti:

T6: Kyllähän se yleensäkin työelämässä on näin, että usein uusien henkilöiden kanssa on aina sellasta hakemista, että mites tää nyt meneekään ja näin, mut sitten kun ollaan niinku paljon tai useammin ku kerran tehdään ollaan yhteyksissä ja näin, ni kyllä se siitä yleensä kehittyä ja tota ni ja sama se on tässä toimittajien ja viestijöiden välisissä yhteyksissä

Haastatelluille yrityksen viestintäasiantuntijoille tuttuuden merkitys on kuitenkin vielä taloustoimittajia tärkeämpää. Monet haastatelluista yrityksen viestintäasiantuntijoista kertoivat yrityksensä kutsumaan jatkuvasti taloustoimittajia vierailulle yritykseensä luodakseen heihin tuttavallisempaa suhdetta. Tällaisissa tilaisuuksissa on tavoitteena luoda tehtäväkenttä ja asiantuntijat toimittajille tutuiksi. Osa haastatelluista taloustoimittajista kiitteli yrityksiä taustatilaisuuksista ja koki niiden saavuttaneen tavoitteensa tehdessään yritystä taloustoimittajille tutummaksi.

Yrityksen viestintäasiantuntijoille on erittäin tärkeää, että taloustoimittaja tuntee yrityksen ja siellä työskentelevät asiantuntijat, jotta yrityksestä tehtävät jutut eivät vääristy. Lisäksi moni yrityksen viestintäasiantuntijoista kertoi, että tutuus on hyvä asia myös siinä mielessä, että se auttaa heitä palvelemaan toimittajia paremmin.

V2: Kyl se vaan helpottaa, kun on kasvotusten tavannut ja pystynyt ehkä kertoo sitä omaa tarinaa ja sitten myös kuulla kans, että mitkä kiinnostaa toiselta puolelta, et pysty sitten paremmin myös mätsäämään siihen heidän kiinnostukseen.

Tuttuuteen liittyy aineiston perusteella kiinteästi myös luottamus. Sekä taloustoimittajat että yrityksen viestintäasiantuntijat mainitsivat haastatteluissa luottamuksen tärkeyden vuorovaikutuksen onnistumisen edellytyksenä. Kummankin ammattiryhmän edustajat olivat sitä mieltä, että luottamuksen avulla yhteistyö toiseen on helpompaa. Eräs haastatelluista yrityksen viestintäasiantuntijoista kertoo, että yhteistyö taloustoimittajien kanssa on helpompaa, kun ollaan tehty töitä yhdessä aiemmin ja luottamus toiseen on jo ehtinyt rakentua:

V5: No ehkä se mä aattelen, et tuleeko siinä sit jonkinlainen luottamus ja nähään että aiemminkin juttu toimi hyvin ja molemmat siitä sai jonkun hyvän jutun aikaan.

Yrityksen viestintäasiantuntijat kertovat rakentavansa luottamusta taloustoimittajiin erityisesti läpinäkyvällä ja avoimella viestinnällä. Konkreettisesti se tarkoittaa haastateltujen viestintäasiantuntijoiden mukaan sitä, että asioita ei salailla, vaan negatiivisetkin asiat kerrotaan yrityssalaisuuden niin salliessa.

Vaikka yrityksen viestintäasiantuntijat omien sanojensa mukaan pyrkivätkin rakentamaan luottamusta taloustoimittajiin, eivät toimittajat heidän mukaansa välttämättä itse edesauta luottamuksen syntymistä. Haastateltujen yrityksen viestintäasiantuntijoiden kertomuksissa olikin yhtenäistä se, että he kokevat taloustoimittajien epäilevän toimintaansa. Esimerkiksi tilanteissa, joissa taloustoimittaja on uutisoinut yrityksestä virheellisesti, on yrityksen viestintäasiantuntijan luottamus toimittajia ja mediaa kohtaan heikentynyt.

Toisaalta yrityksen viestintäasiantuntijoiden vastauksissa toistuu luottamus suomalaiseen mediaan. Eräs haastatelluista viestintäasiantuntijoista kokee, että taloustoimittajan luottamus häntä kohtaan näkyy konkreettisesti jutun tarkastusvaiheessa.

V6: Mä arvostan esimerkiks toimittajii, jotka vaikka laittaa koko jutun ennakkoon katsottavaksi. Heidänhän ei tarvis tehdä sitä, jotkut laittaa vaan sitaatit, mut joku laittaa koko jutun, ni must se kertoo niinku luottamuksesta, et hän luottaa minuun, et mä en siihen niinku puutu.

Vaikka taloustoimittajat eivät haastatteluissa korostaneet suhdeulottuvuuden ja yhteistyön merkitystä, vaan enemmänkin omaa itsenäistä rooliaan vuorovaikutuksen osapuolena, myönsivät he ajattelevansa luottamuksensa viestintäasiantuntijoiden vahvistuvan yhteistyön jatkuessa. Hekin pitävät siis tässä mielessä yhteistyötä ja jatkuvia kontakteja tärkeinä. Rehti toiminta ja sääntöjen noudattaminen tukevat myös haastateltujen taloustoimittajien mielestä luottamuksen syntyä.

T6: Jos tavallaan on useampii kertoja tekemisissä saman viestijähenkilön kanssa ja siitä alkaa syntyä sitä luottamusta et he näkee et tää tyyppi osaa hoitaa tän kunnolla ja tekee ihan asiallisia juttuja ja näin, tavallaan pitää minkä lupaa, ni sit se luottamus yleensä kasvaa siitä.

Sekä haastatelluille taloustoimittajille että yrityksen viestintäasiantuntijoille oli selvää, että jännitteiden syntyyn voidaan vaikuttaa ennalta, mikäli vuorovaikutukseen on valmistauduttu. Haastateltujen taloustoimittajien puolelta mainittiin aineistossa useaan otteeseen toive siitä, että yrityksen viestintä olisi ajan tasalla ja valmiina tiukankin paikan tullen. Heidän mukaansa vuorovaikutus onnistuu parhaiten, kun yrityksen viestintäasiantuntija osaa jo ennalta odottaa taloustoimittajan yhteydenottoa ja tällä on selkeä tietämys oman yrityksensä mahdollisista sopivista haastateltavista sekä ylipäättään siitä tiedosta, mitä yrityksestä saa ulospäin kertoa.

Molempien ammattiryhmien edustajat olivat niin ikään yhtä mieltä avoimuuden merkityksestä vuorovaikutussuhteen onnistumisen kannalta. Haastatellut taloustoimittajat toivovat yrityksen viestintä-

asiantuntijoilta avoimuutta yrityksensä asioiden suhteen, kun taas haastatellut yrityksen viestintäasiantuntijat kertovat pyrkivänsä avoimuuteen ja läpinäkyvyyteen nimenomaan yrityksen asioista viestissään. Näin ollen mikäli kummatkin osapuolet saavuttavat nämä pyrkimyksensä, voidaan välttyä turhien jännitteiden syntymiseltä.

Lähtökohtaisesti haastatellut taloustoimittajat ja yrityksen viestintäasiantuntijat eivät pyri ehdoin tahdoin vaikeuttamaan vuorovaikutuksen onnistumista. Varsinkin yrityksen viestintäasiantuntijat näyttävät tekevän paljon töitä mediasuhteiden eteen. Eräs haastatelluista yrityksen viestintäasiantuntijoista ajattelee, että toimivan mediasuhteen eteen on tehtävä molemmin puolisesti töitä.

T2: Se on pitkäjänteistä työtä, et ei tätä mitenkään tiedotteilla hoideta näitä mediasuhteita. Mä en usko tosin et nää tulee jatkumaan samalla tavalla et mediamaailma muuttuu, digimaailma tulee ja näin että se toimittajilla ei oo aikaa mut se on ollut pitkäjänteistä työtä ja mä sanoisin et se on ollut myös niissä siinä se punnitaan et ku sul on vaikeuksia.

Kiteytetysti voidaankin aineiston perusteella todeta, että jännitteistä huolimatta toimivan vuorovaikutuksen saavuttaminen taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden välillä on mahdollista ja myös tavoiteltua läsnä olevista jännitteistä huolimatta.

6 DISKUSSIO

6.1 Tulosten tarkastelu

Tämän tutkielman tarkoituksena oli selvittää taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden välisessä vuorovaikutuksessa ilmeneviä jännitteitä. Tutkimusongelma oli jaettu kolmeen tutkimuskysymykseen, jotka käsittelivät kyseisen vuorovaikutussuhteen jännitteiden aiheuttajia, jännitepareja sekä keinoja jännitteiden hallitsemiseen. Tutkimuksen tulokset osoittavat, että taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutuksessa on läsnä jännitteitä, joihin voidaan vuorovaikutuksella vaikuttaa. Jännitteisyyttä on aiemmin havaittu olevan myös perustoimittajien ja viestintäammattilaisten välillä, mikä selviää esimerkiksi Macnamaran (2016) tekemästä tutkimuksesta, jossa jännitteiden olemassaolon havaittiin olevan olennaisia suhteen onnistumisen kannalta. Jännitteet kuuluvat niin ikään professionaalisten viestintäsuhteiden luonteeseen (Gerlander & Isotalus

2010), minkä vuoksi on luonnollista, että taloustoimittajan ja viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutuksessa niitä ilmenee. Näin ollen tutkielman tulokset vahvistavat sen, että professionaalisissa viestintäsuhteissa on läsnä jännitteitä.

Ensimmäisen tutkimuskysymyksen avulla pyrittiin selvittämään, millaiset tekijät saavat aikaan jännitteitä taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutussuhteessa. Haastatteluaineistosta käy ilmi, että jännitteitä aiheuttavat taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden erilaiset rooli, tehtävät ja tavoitteet. Huomionarvoista on, että taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden ajatukset ja odotukset sekä omasta että toisen roolista ovat toisinaan ristiriidassa keskenään. Siinä missä haastatellut taloustoimittajat pitävät viestintäasiantuntijoiden merkittävimpänä tehtävänä mediahuomion saavuttamista ja toimittajiin vaikuttamista, pitävät yrityksen viestintäasiantuntijat tärkeimpänä tehtävänäan palvella samanaikaisesti sekä edustamaansa yritystä että taloustoimittajia. Tutkimustulos on linjassa aiemman tutkimuksen kanssa, sillä esimerkiksi Verčič (2016, 528) on todennut kyseisten ammattilaisten välisen epätietoisuuden toistensa tehtäviin liittyen. Myös suomalaistutkimuksessa todettiin, että toimittajien ja viestinnän ammattilaisten välillä on tietämättömyyttä sen suhteen, millainen rooli kummallakin osapuolella on (Niskala & Hurme 2014).

Toisaalta tutkimustulosten valossa näyttää siltä, että yrityksen viestintäasiantuntijoilla on selkeämpi ymmärrys taloustoimittajien tehtävistä kuin toimittajilla heidän tehtävistään. Haastatellut yrityksen viestintäasiantuntijat nimittäin pitivät toimittajien tärkeimpänä tehtävänä asioiden selvittämisen ja niistä kertomisen, mikä vastaa ainakin joiltakin osin toimittajien omia ajatuksia. Tutkimukseen osallistuneet taloustoimittajat kuvasivat tärkeimmäksi tehtäväkseen objektiivisen tiedonvälityksen. Toimittajien oma käsitys työnsä päätehtävästä on suoraan linjassa aiemman tutkimuksen kanssa, sillä useissa tutkimuksissa korostetaan nimenomaan toimittajien tavoittelemaa objektiivisuutta ja yhteiskunnallisiin asioihin tarttumista (esim. Kovach & Rosenstiel 2001; Kuutti 2015; Viererbl & Koch, 2019).

Huomattavaa on, että tässä tutkielmassa tarkasteltiin nimenomaan taloustoimittajia ja yrityksen viestintäasiantuntijoita, mikä selkeyttää tutkittavien omia käsityksiä tehtävistään ja rooleistaan. Sen vuoksi epätietoisuus esimerkiksi erilaisista tehtävistä tai rooleista tutkimukseen osallistuneiden haastateltujen kesken ei ole kovin suurta. Sen sijaan aiemmissa tutkimuksissa puhutaan paljon siitä, miten toimittajat ja viestintäasiantuntijat eivät tiedä tarpeeksi toistensa tehtävistä, mikä vaikeuttaa vuorovaikutuksen onnistumista (esim. Verčič 2016, 528). Esimerkiksi Niskala ja Hurme (2014) havaitsivat toimittajien ja viestijöiden välillä olevan epäselvyyttä sen suhteen, millainen heidän roolinsa on.

Kiinnostavaa tutkimustuloksissa on, että taloustoimittajat eivät koe jännitteitä negatiivisina. Sen sijaan he pitävät niitä välttämättömänä osana suhteen onnistumisen kannalta. Niin ikään relationaalisen dialektiikan (Baxter & Montgomery 1996) mukaan jännitteet ovat olennainen osa vuorovaikutussuhteita, eikä niitä ole mahdollista poistaa. Sen sijaan tutkimustulosten perusteella vaikuttaa siltä, että viestintäasiantuntijat kokevat jännitteet haitallisempina. Heidän vastaustensa perusteella viestintäasiantuntijat pyrkivät enemmän positiiviseen suhtautumiseen toimittajia kohtaan kuin mitä toimittajat kertovat suhtautuvansa viestintäasiantuntijoihin. Näin ollen voidaankin todeta, että taloustoimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välille muodostuukin oikeastaan jännite jo sen suhteen, miten he ymmärtävät jännitteiden merkityksellisyyden. Tästä seuraa se, että taloustoimittajat ja viestintäasiantuntijat ymmärtävät koko vuorovaikutussuhteen eri tavalla, mikä voinee olla yksi syy suhteen monimutkaisuuteen ja vaikeuksiin.

Huomionarvoista tutkimustuloksissa on jännitteiden aiheuttajia etsittäessä myös se, etteivät taloustoimittajat tai yrityksen viestintäasiantuntijat nostaneet aikapainetta tai kiirettä kovinkaan merkitykselliseen asemaan jännitteiden syntymiseen nähden. Vaikka ammattiryhmien edustajat mainitsivat erilaisilla aikajänteillä työskentelyn vaikuttavan vuorovaikutukseen, ei kyseinen seikka noussut merkittävään rooliin jännitteiden syntymisen kannalta. Tämä tulos on ristiriidassa esimerkiksi Juntusen (2011, 56) tutkimukseen, jonka mukaan toimittajien ja viestinnän ammattilaisten välisessä suhteessa on merkittävässä roolissa aika ja sen synnyttämä kiire, joka aiheuttaa jännitteitä kyseisten ammattiryhmien edustajien väliseen vuorovaikutukseen. Näyttääkin siltä, että taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden välisessä suhteessa aikajänteet kohtaavat riittävästi, eikä jännitettä tämän suhteen juuri synny, toisin kuin esimerkiksi toimittajan ja tutkijan välisessä vuorovaikutuksessa on havaittu tapahtuvan (Reed 2001, 285–286).

Viestinnällisesti tarkasteltuna on kiintoisaa huomata, että suuri osa taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisen vuorovaikutussuhteen jännitteistä kumpuaa nimenomaan viestinnällisistä ongelmista. Kun vuorovaikutussuhteen osapuolet olettavat asioita, mutta eivät tuo olettamuksiaan ääneen toiselle tiedoksi, jännitteet vahvistuvat. Näin ollen voidaankin päätellä, että viestinnän onnistumisen haasteena on vuorovaikutussuhteen osapuolista riippumatta olettamukset ja avoimuuden puute.

Toisella tutkimuskysymyksellä selvitettiin, millaisia jännitteitä taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutuksessa ilmenee. Tässä pro gradu -tutkielmassa ilmeni jännitteitä selkeimmin autonomian ja yhteistyön, riippuvuuden ja riippumattomuuden, objektiivisuuden ja subjektiivisuuden, tyypillisyyden ja epätyypillisyyden, paljastamisen ja salaamisen sekä asymmetrian ja

symmetrian välillä. Jännitteiden havaitsemisessa on eroja riippuen siitä, tarkastellaanko niitä taloustoimittajan vai yrityksen viestintäasiantuntijan näkökulmasta.

Mielenkiintoista on, että tutkimusta varten haastatellut taloustoimittajat pitävät jännitteitä myös tärkeinä ja olennaisina kyseisen vuorovaikutussuhteen kannalta. Lisäksi he korostavat toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden roolierojen merkityksellisyyttä. Gerlander ja Isotalus (2010) huomauttavat, että professionaalissa viestintäsuhteissa, joihin toimittajan ja viestintäasiantuntijan välinen suhde kuuluu, roolien säilyminen on viestinnän onnistumisen edellytyksenä. Nyky-yhteiskunnassa roolien on kuitenkin havaittu hälvenevän, sillä esimerkiksi Hanhinen (2010, 45–46) on havainnut useiden ammattienpiirteitä yhdistelevien hybridiammattien lisääntyneen. Täten haastateltujen taloustoimittajien toiveet ovat ristiriidassa kehityksen kanssa.

Vahvimmin tutkimuksessa nousi esiin jännite autonomian ja yhteistyön välillä. Taloustoimittajat ja yrityksen viestintäasiantuntijat joutuvat tutkimustulosten perusteella jatkuvasti tasapainoilemaan vuorovaikutussuhteessaan sen välillä, pyrkivätkö he itsepintaisesti saavuttamaan pelkästään oman tavoitteensa vai tekevätkö he työnsä siten, että se hyödyttää mahdollisimman hyvin kumpaakin suhteen osapuolta. Vaikka haastatellut taloustoimittajat näyttävätkin pyrkivän ennen kaikkea omaan tavoitteeseensa tarpeen mukaan hyvinkin itsenäisesti, myöntävät he haastatteluissa yhteistyön olevan merkityksellistä ja helpottavan työn tekemistä. Sen sijaan yrityksen viestintäasiantuntijoille yhteistyö toimittajien kanssa on tavoiteltua. Heidän mukaansa on tärkeää, että kummankin ammattiryhmän edustaja pyrkii edesauttamaan toistensa työtä. Monet haastatelluista yritysviestijöistä korostivat nimenomaan palvelunäkökulmaa. Heidän mukaansa viestintä on ennen kaikkea toimittajien ja muiden sidosryhmien palvelua, minkä vuoksi yhteistyö ja toimiva vuorovaikutus näyttäisivätkin olevan ensiarvoisen tärkeitä. Myös Charron (1989) on todennut viestijöiden pitävän yhteistyötä toimittajia suuremmissa arvossa. Samoin Siukonsaari (2012) on todennut viestijöiden tarpeen kohdistaa suhdetoimintaansa nimenomaan toimittajia kohtaan.

Riippuvuuden ja riippumattomuuden jännite havaittiin olevan vahvasti läsnä taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välisessä vuorovaikutussuhteessa. Sekä taloustoimittajat että yrityksen viestintäasiantuntijat kertovat tarvitsevänsä toisiaan työnsä onnistumiseen. Toisaalta huomionarvoista on se, että taloustoimittajat eivät koe viestintäasiantuntijoita yhtä merkitykselliseksi työnsä kannalta kuin päinvastoin. Tulosten perusteella näyttääkin siltä, että vaikka aiemmissa tutkimuksissa onkin todettu, ettei toimittajien ja viestintäasiantuntijoiden välillä ole entisen kaltaista vahvaa viha-

rakkaussuhdetta (esim. Ryan & Martinson 1988; Tilley & Hollings 2008) ja vaikka toimittajien suhtautuminen viestijöihin on muuttunut positiivisempaan suuntaan (Delorme & Fedler 2003), suhtautuvat suomalaiset taloustoimittajat edelleen osittain kielteisesti yrityksen viestintäasiantuntijoihin.

Toisaalta tulokset kertovat, että taloustoimittajat ja yrityksen viestintäasiantuntijat suhtautuvat kuitenkin pääsääntöisesti neutraalisti toisiinsa. Vaikka sekä taloustoimittajat että yrityksen viestintäasiantuntijat pitävät tuttavallisuutta toisiinsa nähden vuorovaikutusta helpottavana tekijänä, eivät he kuitenkaan tahdo luoda toisiinsa liian kiinteää suhdetta. Kyseisten ammattiryhmien edustajat eivät myöskään koe tarvetta vahvemmalle yhteisapelille. Voidaankin ajatella, että taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan välinen vuorovaikutussuhde on hyvin ammatillinen, aivan kuten Kochin, Obermaierin ja Riesmeyerin (2017, 9) tutkimuksessa on ilmennyt.

Ylipäätään taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijan vuorovaikutussuhteessa ilmenevät jännitteet ovat varsin erilaisia kuin aiemmissa tutkimuksissa, jossa on hyödynnetty relationaalista dialektiikka. Esimerkiksi paljastamisen ja salaamisen välinen jännite ei ole kyseisessä vuorovaikutussuhteessa kovinkaan olennainen, mikä johtunee siitä, että taloustoimittajan ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden väliset aiheet eivät kosketa kumpaakaan ammattiryhmän edustajaa henkilökohtaisesti. Huomioitavaa on myös se, että aiemmin relationaalinen dialektiikka on ollut käytössä erityisesti läheisiä viestintäsuhteita tutkittaessa, minkä vuoksi havaitut jänniteparit saattavat olla erilaisia.

Kolmannen tutkimuskysymyksen tavoitteena oli selvittää, miten taloustoimittajat ja yrityksen viestintäasiantuntijat pyrkivät hallitsemaan vuorovaikutussuhteessaan esiintyviä jännitteitä. Tulosten mukaan sekä taloustoimittajat että yrityksen viestintäasiantuntijat kokevat, että jännitteisiin on mahdollista vaikuttaa. Kummankin ammattiryhmän edustajat pitävät tuttuutta ja luottamusta merkityksellisenä tekijänä jännitteiden hillinnän kannalta. Tuttuudella sekä taloustoimittajat että yrityksen viestintäasiantuntijat viittaavat suhteen rakentumiseen. Kummankin ammattiryhmän edustajien mukaan suhteen rakentuminen näyttääkin olevan erittäin olennainen tapa hillitä jännitteitä. Tuntemalla toisen ja tämän toimintatavat suhde vahvistuu, ja sitä kautta myös vuorovaikutussuhde syvenee, mikä taas edesauttaa vuorovaikutusta onnistumaan. Viestinnällisesti kiinnostavaa tästä tekee se, että tämä tutkimustulos suhteen rakentumisesta voitaneen siirtää lähes mihin tahansa professionaalisen viestintäsuhteeseen. Näin ollen voidaan todeta, että mitä tuttavallisempi suhde vuorovaikutuksessa olevien osapuolten välillä vallitsee, sitä yksinkertaisempaa vuorovaikutuksen on kyseisessä suhteessa onnistua.

Kaiken kaikkiaan tämä tutkimus vahvistaa ajatusta siitä, että taloustoimittajan ja yrityksen viestinnän asiantuntijan välinen suhde on muiden professionaalisten viestintäsuhteiden tavoin monien jännitteiden värittävä. Suhteeseen sisältyykin jo itsessään dikotomista vastakkainasettelua, mikä on omiaan vahvistamaan jännitteiden olemassaoloa. Tähän ajatukseen on helppo liittää myös Francouerin (2016, 68) toteama siitä, että journalismi ja viestintä ovat erottamattomasti toisiinsa linkittyitä. Sekä tässä tutkimuksessa, että Larssonin (2009) tutkimuksessa havaittiin nimittäin yhtäläisesti, että toimittajat ja viestinnän asiantuntijat eivät koe, että heidän välillään tulisi olla varsinainen suhde, vaikka tutkimusten mukaan suhde muodostuu väistämättä.

6.2 Tutkielman arviointi

Laadullinen tutkimus perustuu aina tutkijan avoimeen subjektiviteettiin ja sen luotettavuuden arviointi kiteytyy tutkimusprosessin luotettavuuteen (Eskola & Suoranta 1998, 211). Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että kvalitatiivinen tutkimus on tutkijansa näkemys asiasta. Tässä pro gradu -tutkielmassa tutkijan oma käytännön kokemus tarkasteltavasta vuorovaikutussuhteesta onkin näin ollen saattanut vaikuttaa aineiston tulkintaan ja siitä tehtyihin johtopäätöksiin. Koska tutkijalla on omakohtaisesta kokemuksesta sekä toimittajan että viestinnän ammattilaisen tehtävistä, on se saattanut vaikuttaa hänen suhtautumiseensa haastateltaviin, ja näin ollen aiheuttaa aineiston tulkintaan liiallista subjektiivisuutta. Toisaalta omakohtainen kokemus voi samanaikaisesti syventää tutkimustuloksia ja auttaa näkemään aineistosta asioita, joita ilman kokemusta voisi olla vaikea huomata, mikä taas voinee edelleen tehdä tuloksista laadukkaampia.

Kyseistä aihetta oli tarkoituksenmukaista tutkia nimenomaan kvalitatiivisen metodein, koska tutkittavana oli taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden kokemukset. Toikkanen ja Virtanen (2018, 16) muistuttavat kokemuksen tutkimuksen olevan samanaikaisesti sekä tutkimusta kokemuksesta että kokemus tutkimuksesta. Ajatus syventää tämänkin tutkimuksen perustaa. Samalla, kun tutkimuksessa tutkittiin taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden välisen vuorovaikutuksen jännitteitä, oli kyseessä myös tutkijan oma kokemus tutkimuksesta. Näin ollen on huomattava, että tämänkin tutkimuksen tulokset ovat saattaneet värittyä tutkimuksen tehneen tutkijan kokemuksen seurauksena.

On syytä kuitenkin pohtia myös aiheenrajauksen eettisyyttä. Tutkimusasetelma rakentaa itsessään tietynlaisen oletuksen, mikä voi aiheuttaa ongelman aiheen tarkastelun objektiivisuuden näkökulmasta. Tuomen ja Sarajärven (2018 160) mukaan laadullisessa tutkimuksessa on väistämätöntä, että

tutkija vaikuttaa esimerkiksi juuri tutkimusasetelman luojana ja tulkitsijana tutkimuksen puolueettomuuteen tai vaihtoehtoisesti puolueellisuuteen. Tässä tutkielmassa haluttiin tarkastella taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden välisiä jännitteitä, mikä ohjaa väistämättä tutkimushaastateltavia tiettyyn ajatussuuntaan. Koska jo tutkimuksen asettelussa nostettiin esiin jännitteet, on syytä suhtautua kriittisesti siihen, miten vahvoja ja olennaisia jännitteet tässä suhteessa todella ovat. Olisivatko jännitteet nousseet esille, jos olisi tutkittu vain yleisesti toimittajan ja viestintäasiantuntijan välistä vuorovaikutussuhdetta ilman jännitteiden läsnäolon korostamista?

Aineisto kerättiin haastattelemalla taloustoimittaja ja yrityksen viestintäasiantuntijoita. Yksi aineiston luotettavuuden kannalta olennainen seikka on nimenomaan tutkittavat tiedonantajat sekä perusteet heidän valinnoilleen (Tuomi & Sarajärvi 2018, 164). Ensimmäkin yhteydenotot tutkittaviin henkilöihin vaihtelivat tässä tutkielmassa. Osa haastateltavista oli suoraan yhteydessä tutkijaan esimerkiksi heidän ammattijärjestönsä ilmoituksesta saadun tiedon perusteella. Toisia haastateltavia tutkija taas lähestyi suoraan. Tämän vuoksi haastateltavien motiivi osallistua tutkimukseen saattoi olla erilainen, riippuen siitä, lähtikö kiinnostus osallistumiseen omasta aktiivisuudesta vai suostuiko haastatteluun, koska siihen varta vasten pyydettiin. Toiseksi tässä tutkielmassa aineiston rajaus oli melko löyhä, mikä saattoi vaikuttaa aineiston laadukkuuteen. Mikäli esimerkiksi taloustoimittajiksi haastattelua varten olisivat kelvanneet vain talousmedioissa työskentelevät toimittajat, olisivat tutkimustulokset todennäköisesti olleet toisenlaisia. Tutkimustuloksista olisi saattanut saada enemmän irti, jos haastateltavilta olisi vaadittu tiettyä kokemusta tehtävistään. Nyt haastattelussa oli eripituisin urapoluin varustettuja henkilöitä, mikä vaikuttanee heidän kokemukseensa aiheesta. Osa haastateltavista toikin ilmi kokemuksensa merkityksen sekä kokemuksensa siitä, että tarkastelussa ollut vuorovaikutussuhde oli heidän uransa aikana muuttunut. Tämä vaikuttanee tutkimustuloksiin, sillä kauemmin työssä olleet henkilöt saattavat nähdä vuorovaikutuksen muutoksien vuoksi tarkastelussa olleen aiheen eri tavalla kuin henkilöt, joilla kokemusta on vain muutaman vuoden ajalta.

Tuomen ja Sarajärven (2018, 164) mukaan aineistoa varten tietoa antaneiden henkilöiden ohella myös aineiston keruutapa vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen. Tämä tutkielma tehtiin teemahaastattelemalla kahtatoista henkilöä, minkä vuoksi aineiston koko jäi hieman suppeaksi. Laadukkaamman aineiston olisi voinut kerätä esimerkiksi joko useamman haastattelun toteuttamisella, kyselyhaastattelulla tai sitten yhdistämällä edellä mainitut menetelmät keskenään. Toisaalta koska kyseessä on pro gradu -tutkielma, on aineiston koko riittävä ja perusteltu.

Myös haastattelutilannetta on syytä tarkastella kriittisesti, kun pohditaan laadullisen tutkimuksen luotettavuutta (Tuomi & Sarajärvi). Tämän tutkielman haastattelut toteutettiin haastateltaville mieleisissä paikoissa. Osa haastatteluista tehtiin julkisessa tilassa, kuten kahvilassa, jossa oli lähettyvillä

myös ulkopuolisia henkilöitä. Tämä on voinut vaikuttaa haastateltavan vastauksiin, sillä tietoisuus ulkopuolisesta kuuntelijasta voi vaikuttaa esimerkiksi haastateltavan rehellisyyteen. Lisäksi osassa haastattelupaikoista oli turhaa taustahälyä, mikä on voinut vaikuttaa esimerkiksi haastateltavan tai tutkijan keskittymiseen. Haastattelutilanteeseen on voinut vaikuttaa myös aikataulu, joka joillakin haastateltavista oli tiukka. Jotkin haastateltavista olivat myös puhelinvalmiudessa haastattelun aikana, mikä saattoi vaikuttaa heidän keskittymiskykyynsä.

Kun arvioidaan laadullisen tutkimuksen luotettavuutta, on tarpeen pohtia myös tutkimusaineiston analyysin kattavuutta, jolla viitataan Eskolan ja Suorannan (1996, 216) mukaan siihen tosiasiaan, että aineiston tarkoituksena on herätellä tutkijan ajattelua. Aineistosta ei siis heidän mukaansa laadullisessa tutkimuksessa saada vain yhtä totuutta, vaan se kertoo jostakin rajatusta tapauksesta. Näin ollen taloustoimittajia ja yrityksen viestintäasiantuntijoita tutkittaessa kyse on tietystä rajatusta joukosta, joilla on tietynlainen ajatus esitettyihin asioihin liittyen. Nämä ajatukset tutkija on taas edelleen analysoinut omasta näkökulmastaan. Tärkeää on analyysin kattavuutta arvioitaessa huomattava, miten läpinäkyvästi tutkija on raportoinut analyysinsä. Tässä tutkielmassa tutkija on selostanut analyysin vaiheensa hyvin selkeästi, mikä lisää analyysin luotettavuutta.

Laadullisen tutkielman luotettavuutta arvioitaessa on kiinnitettävä huomiota myös tutkimuksen tulosten raportointiin. Tuomen ja Sarajärven (2018, 164–165) mukaan tutkijan on huolellisesti kuvattava tutkittava ilmiö ja tutkimusprosessi, jolla tuloksiin on päästy. Tähän liittyen tutkimuksen tulisi noudattaa laadulliselle tutkimukselle tyypillistä muotoa (Eskola & Suoranta 1996). Tämä pro gradu -tutkielma on laadullisen tutkielman mallinmukainen, mikä lisää tutkielman luotettavuutta.

Kaiken kaikkiaan tämä pro gradu -tutkielma on hyvän tieteellisen käytännön mukainen. Työn merkityksellisyyttä niin yhteiskunnallisesti kuin tieteellisestikin on perusteltu läpi työn. Lisäksi tutkielmaa tehtäessä on pyritty objektiivisuuteen. Tutkija onkin työtä tehdessään pyrkinyt tekemään ja selostamaan valintansa mahdollisimman avoimesti ja läpinäkyvästi tutkielman lukijalle.

6.3 Jatkotutkimusehdotukset

Tämän tutkielman tavoitteena oli selvittää, millaisia jännitteitä taloustoimittajien ja yritysten viestintäasiantuntijoiden välisessä vuorovaikutussuhteessa ilmenee, mitkä tekijät jännitteitä aiheuttavat ja miten niihin voidaan vaikuttaa. Tulevaisuudessa olisi kiinnostavaa tutkia, onko taloustoimittajien ja yrityksen viestintäasiantuntijoiden välisessä vuorovaikutussuhteessa tapahtunut muutoksia vuosien saatossa. Osa haastatelluista toimittajista mainitsi muutokset uransa alkuvaiheesta tähän päivään,

mutta koska tämä ei suoraan liittynyt tutkimusongelmaan, oli muutoksen tutkimus ja siihen keskittyminen rajattava tutkimustuloksista pois. Jatkossa näkisin kuitenkin merkityksellisenä tutkia kyseisen vuorovaikutussuhteen kehittymistä.

Kehitykseen ja muutokseen liittyen olisi mielenkiintoista perehtyä tarkemmin myös sekä toimittajien että viestintäasiantuntijoiden vuorovaikutussuhteeseen mahdollisesti vaikuttaviin sisäisiin jännitepareihin. Tähän liittyen tutkimusta voitaisiin tehdä mahdollisesti yli tiederajojen ja uskonkin, että esimerkiksi psykologiasta saataisiin kyseiseen aiheeseen liittyen hyviä näkökulmia. Tutkimusta voisi tässä suhteessa kasvattaa ylipäättään laajemman työelämä tutkimuksen suuntaan ja pohtia, miten työelämän muutos on vaikuttanut vuorovaikutussuhteiden jännitteisiin.

Kiinnostavaa olisi myös tutkia sukupuolen vaikutusta jännitteiden ilmenemiseen. Tässä tutkimuksessa sukupuolen ei katsottu merkittävästi vaikuttavan tutkimusongelmaan, minkä vuoksi siihen ei kiinnitetty huomiota. Osa haastateltavista nosti kuitenkin esiin myös sukupuolikysymykset. Mielenkiintoista olisikin yhdistää tutkimuksessa jännitteet ja sukupuoli, ja tutkia löytyykö näiden kahden tekijän väliltä jonkinlaista suhdetta. Tähän liittyen tarpeen voisi olla tutkia myös sitä, millainen vaikutus vuorovaikutukseen on sillä, että useissa yritysten johtoryhmissä istuu usein pelkästään yksi nainen – viestintäjohtaja.

Tarpeen olisi tutkia tarkemmin myös niin sanottuja alalta toiselle loikkauksia. Nyky-yhteiskunnassa trendinä näyttäisi olevan, että yhä useammat toimittajat siirtyvät viestinnän tehtäviin. Esimerkiksi Viererbl ja Koch (2019) tarkastelivat tutkimuksessaan syitä ja seurauksia saksalaisten toimittajien siirtymiseen viestinnän tehtävien pariin. Vastaava tutkimus olisi tarpeen toteuttaa myös suomalaisessa kontekstissa, sillä mediamaailman muutosten vain kiihtyessä entisestään olisi tarpeen etsiä syitä kyseiselle ilmiölle. Asiaa voitaisiin tarkastella viestinnän tutkimuksen näkökulmasta keskittymällä edelleen esimerkiksi jännitteisiin, joita alalta toiselle loikkauksiin liittyy. Tässä mielessä aihe tarjoaisinkin herkullisen tilaisuuden tutkia sekä muutokseen liittyviä sisäisiä että ulkoisia jännitteitä.

Alalta toiseen siirtymistä käsittelevä tutkimus olisi kiinnostavaa toteuttaa tutkimalla toimittajan tehtäviin siirtyviä viestinnän ammattilaisia, sillä viime aikoina merkkejä myös tämän suuntaisesta liikehdinnästä näyttäisi olevan. Voisikin olla tarpeen tutkia, miten esimerkiksi toimittajan identiteetti sulautuu uuteen viestintärooliin. Tähän liittyen voitaisiin edelleen tutkia, millaisia jännitteitä roolista toiseen hyppääminen tuo mukanaan vuorovaikutussuhteisiin.

Jatkossa olisi lisäksi kiinnostavaa tehdä vertailevaa tutkimusta eri alojen toimittajien ja viestijöiden välillä. Koska taloustoimittajien ja yritysviestinnän asiantuntijoiden vuorovaikutuksessa käsiteltävät

aiheet ovat taloudellisia ja sitä kautta emotionaalisesti vapaita, voisi toisenlaisessa kontekstissa työskentelevien toimittajien ja viestijöiden välisessä vuorovaikutussuhteessa esiintyä täysin erilaisia jännitepareja. Myös esimerkiksi valtiohallinnon viestijöiden ja toimittajien välisen vuorovaikutuksen jännitteet olisi kiinnostava tutkimuskohde, sillä valtiohallinnon viestintää määrittelevä julkisuuslaki toisi tutkimuksen kannalta kiinnostavan lisän.

KIRJALLISUUS

Apker, J., Propp, K. M., & Zabava Ford, W. S. 2005. Negotiating status and identity tensions in healthcare team interactions: An exploration of nurse role dialectics. *Journal of Applied Communication Research*, 33(2), 93–115

Baitar, R., De Mol, J. & Rober, B. 2016. Exploring helpful tensions between divorce mediators and clients: A Relational dialectical analysis. *Conflict resolution quarterly*, 34:1, 7–29.

Baxter, L. A. 1993. Relationship maintenance strategies and dialectical contradictions in personal relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 10(2), 225–242.

Baxter, L. A., & Montgomery, B. M. 1996. *Relating: Dialogues and dialectics*. New York: The Guilford Press.

Baxter, L. A. 2011. *Voicing relationships: A dialogic perspective*. Thousand Oaks, Calif.: Sage.

Charron, J. 1989. Relations between journalists and public relations practitioners: cooperation, conflict, and negotiation, *Canadian Journal of Communications* 14 (2) (1989), 41–56.

Coman, C. 2009. The relationship between journalists and PR practitioners in romania – somewhere in between co-operation and conflict. *Essachess*, 2(4), 151–169.

Cools, C. 2006. Relational Communication in Intercultural Couples. *Language and Intercultural Communication*, 6(3-4), 262–274.

Craig, R. T. & Muller, H. L. 2007. *Theorizing communication: Readings across traditions*. Los Angeles: Sage.

Davidson, R., & Meyers, O. 2016. Should I stay or should I go?: Exit, voice and loyalty among journalists. *Journalism studies*, 17 (5), 590–607.

Davies, N. 2008. *Flat Earth news: An award-winning reporter exposes falsehood, distortion and propaganda in the global media*. London: Chatto & Windus.

Deuze, M. 2005b. What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442–464.

Delorme, D. E. & Fedler, F. 2003. Journalists' hostility toward public relations: An historical analysis. *Public Relations Review*, 29(2), 99–124.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.

ECM European communication Monitor. 2019. <http://www.communicationmonitor.eu/2019/05/23/ecm-european-communication-monitor-2019/>.

Francoeur, C. 2016. Maintaining the boundaries: The interpretative repertoires journalists use to differentiate themselves from the public relations industry. *Brazilian Journalism Research*, 12(3), 56–73.

Gerlander, M. 2003. Jännitteet lääkärin ja potilaan välisessä viestintäsuhteessa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Gerlander, M. & Isotalus, P. 2010. Professionaalisten viestintäsuhteiden ääriviivoja. *Puhe ja kieli*, Nro 1 (2010), 3–19.

Gerlander, M., Hautakangas, M., & Ahva, L. 2018. Vuorovaikutuksen jännitteet toimittajan työssä : Sovittelujournalismin herättämiä näkökulmia Prologos ry.

Hakala, S. 2015. *Vallan merkilliset tiedottajat: Professionalisaatio ministeriöiden viestinnässä*. [Helsinki]: Helsingin yliopisto.

Hanhinen, A. 2010. *Työelämäosaaminen. Kvalifikaatioiden luokitusjärjestelmän konstruointi*. Väitöskirja. Tampereen yliopistopaino Oy, Tampere.

Harju, A., Koljonen, K., & Heinonen, A. 2017. *Yhteistä uuteen alkuun: Toimittajien kertomuksia mediatyön murroksesta*. Tampere University Press.

Helsingin Sanomain säätiö. 2020. <<https://www.hssaatio.fi/samalla-kentalla-eri-saannoilla-suunnattu-haku-viestinnan-ja-journalismin-suhteesta/>> Viitattu 10.2.2020.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. *Tutki ja kirjoita* (15. uud. p.). Helsinki: Tammi.

Hujanen, J. 2016. Participation and the blurring values of journalism. *Journalism Studies*, 17(7), 871–880.

- Jackson, D. 2016. Inside churnalism: PR, journalism and power relationships in flux. *Journalism Studies*, 17(6), 763–780.
- Jempson, M. 2005. Spinners or sinners? PR, journalists and public trust. *Journal of Communication Management*, 9(3), 267–276.
- Julkisen sanan neuvosto. 2014. Journalistin ohjeet. <http://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/>_Viitattu 30.10.2019.
- Juholin, E. 2017. *Communicare! Viestinnän tekijän käsikirja (7. uudistettu laitos)*. [Helsinki]: (infor).
- Juntunen, L. 2011. *Leikkaa-liimaa-journalismia?: Tutkimus uutismedian lähdekäytännöistä*. [Helsinki]: Helsingin yliopisto, Viestinnän tutkimuskeskus CRC.
- Järvi, U. 2016. *Rajalla – Journalismin ja viestinnän uskottavuutta määritellään uudelleen*. Teoksessa: Juholin, E. 2016. *Eettinen viestintä*. Helsinki: ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry.
- Kivikuru, U & Nordenstreng, K. 2012. *Media ammattina – mahdoton yhtälö?* Teoksessa: Karppinen, K., Karppinen, K., & Matikainen, J. 2012. *Julkisuus ja demokratia*. Tampere.
- Koch, T., Obermaier, M., & Riesmeyer, C. 2017. Powered by public relations? Mutual perceptions of PR practitioners' bases of power over journalism. *Journalism*.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. 2001. Are watchdogs an endangered species? *Columbia Journalism Review*, 40(1), 50–51+.
- Kuutti, H. (2015). *Todenmukainen journalismi*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos.
- Larsson, L. 2009. PR and the media. A collaborative relationship? *Nordicom Review*, 30(1), 119–136.
- Littlejohn, S. W. & Foss, K. A. 2011. *Theories of human communication (10th ed.)*. Belmont (Calif.): Thomson Wadsworth.

- Macnamara, J. 2014. Journalism–PR relations revisited: The good news, the bad news, and insights into tomorrow's news. *Public Relations Review*, 40(5)
- Macnamara, J. 2016. The continuing convergence of journalism and PR: New insights for ethical practice from a three-country study of senior practitioners. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 93(1), 118–141.
- Malmelin, N. & Villi, M. 2015. *Mediajohtaminen: Näkökulmia uudistuvaan media-alaan*. [Helsinki]: Gaudeamus.
- Melgin, E. 2020. *Merkityksenantajat – Viestinnän ammattilaisuus 2020*. Helsinki: Libris.
- Mykkänen, M. 2014: *Todenmukainen pr*. Teoksessa Kuutti, H. 2015. *Todenmukainen journalismi*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos.
- Neijens, P. 2006. Dutch public relations practitioners and journalists: Antagonists no more. *Public Relations Review*, 32(3), 232–240.
- Niskala, N., & Hurme, P. 2014. The other stance: Conflicting professional self-images and perceptions of the other profession among Finnish PR professionals and journalists. *Nordicom Review*, 35(2), 105–121.
- Obermaier, M., Koch, T., & Riesmeyer, C. 2018. Deep impact? How journalists perceive the influence of public relations on their news coverage and which variables determine this impact. *Communication research*, 45(7), 1031–1053.
- Petronio, S. 2002. *Boundaries of privacy: Dialectics of disclosure*. Albany, NY: SUNY Press.
- Pietilä, Kauko 2012. *Journalismi ammattina: Journalistiprofession teoria*. Helsinki: Gaudeamus.
- Preisler, M. 2014. From journalist to spin doctor and back. *Nordic Labour Journal*. Julkaistu verkossa 12.9.2014. <http://www.nordiclabourjournal.org/i-fokus/in-focus-2014/in-focus-sept-2014/article.2014-09-10.7974216385>. Viitattu 10.2.2020.
- Pöyhkäri, R., Väliverronen, J., & Ahva, L. 2016. Suomalaisen journalistin itseymmärrys muutosten keskellä. *Media & Viestintä*, 39(1).
- Reed, R. 2001. (Un-)professional discourse?: Journalists' and scientists' stories about science in the media. *Journalism*, 2(3), 279–298.

- Ryan, M., & Martinson, D. 1988. Journalists and Public Relations Practitioners: Why the Antagonism? *Journalism Quarterly*, 65(1).
- Salminen, H. 2012. Viestinnän osajasta strategiseksi vuorovaikuttajaksi: Viestinnän johtajuus 2010-luvulta eteenpäin. Helsingin yliopisto. Viestinnän väitöskirja.
- Seppänen, J. & Väliverronen, E. 2012. Mediayhteiskunta. Tampere: Vastapaino.
- Simons, G., & Strovsky, D. 2019. The interaction of journalism and public relations in Russia: A self-perception. *Global Media and Communication*, 15(1), 3–25.
- Siukosaari, A. 2012. Suhdetoiminta ja mediasuhteet. Teoksessa: Herten, P., Melgin, E., & Åberg, L. 2012. Vuosisata suhdetoimintaa: yhteisöviestinnän historia Suomessa. Helsingissä [Helsinki: Otava. 122–155.
- Solomon D. H. & Vangelisti A. L. 2014. Relationship Development. Teoksessa Berger R. B. (toim.) *Interpersonal Communication, Handbook of communication science*. De Gruyter Mouton cop. 2014. 347–369.
- Szabolcs, J. 2012. Journalism versus PR: Theoretical aspects regarding the information flows. *Journal of Media Research*, 5(3), 45–56.
- Tilley, E., & Hollings, J. 2008. Still struck in a “love-hate relationship”: Understanding journalists’ enduring and impassioned duality toward public relations. In E. Tilley (Ed.), *Power and place: ANZCA 2008: Refereed proceedings of the Australian and New Zealand Communication Association Conference 2008*. Wellington, New Zealand: Massey University.
- Toikkanen, J., & Virtanen, I. 2018. Kokemuksen tutkimus. VI, kokemuksen käsite ja käyttö. Rovaniemi: Lapland University Press.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi (Uudistettu laitos.). Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Verčič, T, A. 2016. Journalists and public relations specialists: A coorientational analysis. *Public Relations Review*, 42(4), 522–529.
- Viestinnän eettinen neuvottelukunta, VEN. 2015. Viestinnän eettiset ohjeet. <<http://ven.fi/ohjeet/viestinnan-eettiset-ohjeet/> Viitattu 30.10.2019:

Viererbl, B., & Koch, T. 2019. Once a journalist, not always a journalist? Causes and consequences of job changes from journalism to public relations. *Journalism*.

Waters, R. D. 2010. Media catching and the journalist-public relations practitioner relationship: How social media are changing the practice of media relations. *Journal of Public Relations Research*, 22(3), 241–264.

Willnat, L., Weaver, D. H. & Choi, J. 2013. The Global journalist in the twenty-first century: A cross-national study of journalistic competencies. *Journalism Practice*, 7(2), 163–183.

Yun, S. 2011. Are 'journalists' own problems' aggravating their hostility toward public relations? - A study of korean journalists. *Public Relations Review*, 37(3), 305.

Åberg, L 2012. Miten viestintä voi olla ammatti? Teoksessa: Herten, P. v., Herten, P. v., Melgin, E., & Åberg, L. (toim.) 2012. Vuosisata suhdetoimintaa : Yhteisöviestinnän historia suomessa. Helsingissä Helsinki: Otava. 22–39.

LIITTEET

LIITE1: Haastattelurunko viestinnän asiantuntijalle

Taustatiedot

- Ikä, tehtävänimike, kuinka kauan alalla

Teema1: professio, roolit ja tavoitteet (tällä kysymyksellä selvitetään ennen kaikkea syitä jännitteille, mahdollisesti selviää myös vuorovaikutussuhteessa ilmeneviä jännitteitä)

1. Millainen viestinnän asiantuntija ajattelet olevasi? Mihin ammattiryhmään ajattelet kuuluvasi? (Oletko viestijä vai joku muu...?)
2. Miten kuvailisit suhtautumistasi taloustoimittajiin? Miten mieltä olet taloustoimittajista? Millainen merkitys/rooli heillä on työhösi? Millainen merkitys sinulla on heidän työhönsä?
3. Millainen on mielestäsi viestinnän asiantuntijan rooli yhteiskunnassa? Entä toimittajan?
4. Millaisia eroavaisuuksia koet olevan oman työsi ja taloustoimittajan työn välillä? Mistä luulet erojen johtuvan? Näkyvätkö erot arjessa? Miten ne vaikuttavat sinun työhösi?
5. Millaisia samankaltaisuuksia töihinne liittyy? Miten ne vaikuttavat sinun työhösi?

Teema 2: Vuorovaikutus (kysymyksellä halutaan selvittää, millaisia jännitteitä vuorovaikutuksessa ilmenee, mikä niitä aiheuttaa)

1. Millaisissa tilanteissa olet yhteydessä toimittajiin? Entä kuinka usein he ovat yhteydessä sinuun?
2. Miten mielelläsi työskentelet heidän kanssaan? Millaista on työskennellä toimittajien kanssa? Millaista viestintä heidän kanssaan on? Mikä siihen vaikuttaa?
3. Oletko kohdannut taloustoimittajan kanssa työskennellessäsi konflikteja? Millaisia? Kuvailisitko konfliktitilannetta tilannetta/Antaisitko esimerkin konfliktitilanteesta. Mitä tapahtui? Mistä luulet, että konflikti johtui. Miten tilanteesta selvittiin?
4. Voisitko kertoa esimerkin tilanteesta, jossa taloustoimittajan kanssa työskentely on ollut hedelmällistä. Mistä luulet, että tilanteen helpous johtui? Mikä vaikutti tilanteen onnistumiseen?

Teema 3: Haasteet ja niissä toimiminen (kysymyksen tavoitteena selvittää, millaisia keinoja toimijoilla on vaikeuden tilanteiden varalle)

1. Kuvailisitko tilannetta, jossa toimiminen toimittajan kanssa on ollut haastavaa. Mikä teki tilanteesta haastavan? Miten toimit tilanteessa? Miten hän toimi? Miten tilanne päättyi?
2. Miten ylipäätään toimit, jos toimittajan kanssa on vaikeaa? Mikä sellaisissa tilanteissa auttaa?
3. Millaisia viestintätaitoja haastavissa tilanteissa tarvitaan?
4. Mitä pitäisi tehdä toisin, jotta ongelmilta vältyttäisiin? Miten haasteisiin voitaisiin varautua? Mikä tekisi toimittajan kanssa työskentelemisestä helpompaa?
5. Millaisia keinoja sinulla on helpottaa yhteistyötä toimittajien kanssa? Antaisitko konkreettisia esimerkkejä tavoista, joilla yhteistyö taloustoimittajan kanssa onnistuu parhaiten.

LIITE2: Haastattelurunko taloustoimittajalle

Taustatiedot

- Ikä, tehtävänimike, kuinka kauan alalla

Teema1: professio, roolit ja tavoitteet (tällä kysymyksellä selvitetään ennen kaikkea syitä jännitteille, mahdollisesti selviää myös vuorovaikutussuhteessa ilmeneviä jännitteitä)

1. Millainen taloustoimittaja ajattelet olevasi? Mihin ammattiryhmään ajattelet kuuluvasi? (Oletko ensisijaisesti toimittaja vai joku muu...?)
2. Miten kuvailisit suhtautumistasi yritysviestinnän asiantuntijoihin? Miten mieltä olet heistä? Millainen merkitys/rooli heillä on työhösi? Millainen merkitys sinulla on heidän työhönsä?
3. Millainen on mielestäsi taloustoimittajan rooli yhteiskunnassa? Entä yritysviestinnän asiantuntijoiden?
4. Millaisia eroavaisuuksia koet olevan oman työsi ja yritysviestinnän asiantuntijan työn välillä? Mistä luulet erojen johtuvan? Näkyvätkö erot arjessa? Miten ne vaikuttavat sinun työhösi?
5. Millaisia samankaltaisuuksia töihinne liittyy? Miten ne vaikuttavat sinun työhösi?

Teema 2: Vuorovaikutus (kysymyksellä halutaan selvittää, millaisia jännitteitä vuorovaikutuksessa ilmenee, mikä niitä aiheuttaa)

1. Millaisissa tilanteissa olet yhteydessä yritysten viestintään? Entä kuinka usein he ovat yhteydessä sinuun?
2. Miten mielelläsi työskentelet heidän kanssaan? Millaista on työskennellä heidän kanssa? Millaista viestintä heidän kanssaan on? Mikä siihen vaikuttaa?
3. Oletko kohdannut yritysviestinnän asiantuntijoiden kanssa työskennellessäsi konflikteja? Millaisia? Kuvailisitko tällaista konfliktitilannetta/Antaisitko esimerkin konfliktitilanteesta. Mitä tapahtui? Mistä luulet, että konflikti johtui? Miten tilanteesta selvittiin? Mitä sen jälkeen tapahtui?
4. Voisitko kertoa esimerkin tilanteesta, jossa yritysviestijän kanssa työskentely on ollut hedelmällistä. Mistä luulet, että tilanteen helppous johtui? Mikä vaikutti tilanteen onnistumiseen?

Teema 3: Haasteet ja niissä toimiminen (kysymyksen tavoitteena selvittää, millaisia keinoja toimijoilla on vaikeuden tilanteiden varalle)

1. Kuvailisitko tilannetta, jossa toimiminen yritysviestijän kanssa on ollut haastavaa. Mikä teki tilanteesta haastavan? Miten toimit tilanteessa? Miten hän toimi? Miten tilanne päättyi?
2. Miten ylipäättään toimit, jos yritysviestijän kanssa on vaikeaa? Mikä sellaisissa tilanteissa auttaa?
3. Millaisia viestintätaitoja haastavissa tilanteissa tarvitaan?
4. Mitä pitäisi tehdä toisin, jotta ongelmilta vältyttäisiin? Miten haasteisiin voitaisiin varautua? Mikä tekisi yritysviestijöiden kanssa työskentelemisestä helpompaa?
5. Millaisia keinoja sinulla on helpottaa yhteistyötä yritysviestijän kanssa? Antaisitko konkreettisia esimerkkejä tavoista, joilla yhteistyö yritysviestijän kanssa onnistuu parhaiten.